DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO BASADO EN LOS PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

LIDIA MARGARITA VARELA ROSADO

TESIS

PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERA EN ECOTURISO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR
2013

CERTIFICADO

El suscrito TRIBUNAL DE TESIS, CERTIFICA QUE: la memoria de Tesis titulada **"DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO BASADO EN LOS PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO"** de responsabilidad de la señorita **Lidia Margarita Varela Rosado**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada la presentación y defensa.

TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Patricia Tierra Tierra
DIRECTORA

Dr. Patricio Noboa Viñán
MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Riobamba Julio del 2013

DEDICATORIA

Después de un largo camino lleno de ilusión pero también de mucho sacrificio culmina una etapa de mi vida, etapa en la cual intervinieron personas muy importantes que constituirían mi soporte para seguir adelante en este proyecto de vida.

Quiero dedicar este trabajo a mi hija Yhara Aldaz Varela que con su inocencia enfrentó conmigo cada dificultad y celebró conmigo cada acierto, siendo además el motor que impulsa mi vida, a mi madre Margarita Rosado que con su labor de amor me enseñó a encarar la vida y con sus oraciones me protegía a la distancia, a mis hermanos que no dejaron de confiar en mí, sobre todo a Nuris que es mucho más que una hermana y a todos mis sobrinos que tanto quiero.

Dedico este resultado a cada esfuerzo que me permitió llegar al final.

Lidia Margarita Varela Rosado

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi ayudador, por darme salud, amor, fuerzas y por permitirme llegar a este mundo y construir una historia.

Agradezco a mi madre que es una mujer excepcional llena de virtudes y de mucho amor, por su ejemplo y su apoyo incondicional.

A mi hija hermosa, a toda mi familia, a mis amigos, y a mi hermana de corazón Anita Maroto que fue fundamental en mi estancia en Riobamba, en el cuidado de mi hija, en el ánimo oportuno y el abrazo fraterno.

Agradezco a todos mis maestros por sus enseñanzas y de manera especial a Patty Tierra mi directora de prácticas y tesis por su guía en estos procesos y por que me enseñó a tener presente el hacer bien las cosas. A Pato Noboa que con sus enseñanzas me hizo pensar de forma distinta y a todos quienes fueron parte de este camino de preparación.

A todos quienes son parte de mi vida infinitas gracias.

Lidia Margarita Varela Rosado

TABLA DE CONTENIDOS

PÁG.

LISTA DE CUADROS

LISTA DE GRÁFICOS

LISTA DE ANEXOS

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO BASADO EN LOS PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país paradisiaco, privilegiado con su ubicación geográfica, ostenta una gran variedad biológica convirtiéndolo en uno de los 17 países con mayor diversidad del mundo, diversidad que se presenta en sus cuatro regiones, distintas por factores como el clima y los microclimas, paisajes maravillosos y por la importante presencia cultural de las 14 nacionalidades distribuidas en ellas, entre otros factores de importancia que aportan al interés turístico. Hoy en día oferta un sinnúmero de productos y alternativas de turismo que han permitido que la actividad evolucione aceleradamente en relación a otras actividades económicas.

El turismo es una actividad motivadora que toma fuerza en nuestro país, convirtiéndose en una herramienta de desarrollo económico y socio cultural, a partir del cual surgen adaptaciones. La política de Estado en nuestro país en torno al turismo busca salvaguardar el patrimonio natural y cultural que posee de tal manera que pueda ser aprovechado para el turismo a la vez que genere una identidad nacional. En este sentido el Ecuador fomenta una práctica cultural entendida como una actividad que pretende resaltar aquellos aspectos culturales de un destino vinculando la idea de patrimonio como un sentido de apropiación que tiene un determinado grupo de personas junto a sus manifestaciones culturales que los identifica, distingue y representa.

La actividad agrícola y las prácticas culturales en torno a la producción forman parte del patrimonio cultural del pueblo ecuatoriano, a tal punto que para el año 2012 el Ecuador participó en el PIB con el 9,8%, de este porcentaje la agricultura aporta con el 5,6%. Por su parte la provincia de Chimborazo basa su economía principalmente en la actividad agropecuaria, el 54% de la población quien vive en el sector rural desarrolla la agricultura en su mayoría en pequeñas extensiones. (Banco Central del Ecuador BCE, 2012)

En base a lo anteriormente descrito y en función de las particularidades agropecuarias que posee la provincia de Chimborazo, en el año 2012 la ESPOCH a través de una alianza estratégica con el GAD Provincial desarrolla el Estudio de Productos de importancia patrimonial agrícola realizado de la provincia de Chimborazo, en el cual se establece una relación de identidad provincial con la producción agrícola, rescatando los saberes ancestrales de las comunidades y resaltando la importancia que tiene la actividad agrícola en la provincia y el país.

Bajo esta perspectiva los productos agrícolas toman una connotación patrimonial al reconocer las prácticas aplicadas a la producción como: saberes trascendentes, el uso que puede ser (alimenticio, medicinal y/o ritual); considerando y analizando aspectos de implicación cultural, extensión productiva y tradición productiva, a lo cual se suman las particularidades de tipo técnico y agrícola.

Desde otro ángulo la vinculación de lo agrícola y la cultural con la oferta de productos turísticos crea la amalgama perfecta que promueve la visita de muchos destinos no solo en el Ecuador sino alrededor del mundo.

En tal virtud el diseño de productos turísticos en torno a los productos patrimoniales agrícolas evidenciará la potencialidad provincial, siendo además una alternativa cultural y ambiental para los turistas y constituirse a la vez una estrategia dinámica productiva para Chimborazo.

A. JUSTIFICACIÓN

La provincia de Chimborazo al ser una de las provincias más productivas, ha permitido considerar un plan de trabajo en el sector agrícola, el cual señala cuatro categorías de productos: productos de importancia comercial, social, productiva, y oportunidad de mercado exterior. El objetivo es aprovechar cada grupo de productos para así generar mayor rentabilidad, elevar la productividad y recuperar el patrimonio provincial.

El Estudio de Productos Agrícolas de Importancia Patrimoniales realizado en la provincia de Chimborazo en el 2012, considera los productos de importancia social, 18 de los cuales se identificaron como de importancia patrimonial por su vulnerabilidad, tanto para productores como para consumidores. Estos productos carecen en su mayoría de valor comercial o de exportación incluyen productos andinos que apenas han sido conocidos en algunos sitios por distintos factores y que aún no son aprovechados en la provincia, en tal virtud, la propuesta de vincular la producción agrícola con el turismo abre una ventana amplia que genere rentabilidad sin necesidad de hacer producción masiva, sino más bien que resalte la importancia patrimonial que posee cada producto.

Al analizar el carácter patrimonial de cada producto se considera aspectos de tipo: social, cultural y natural; a partir de lo cual se plantea una visión de identidad productiva que permita reconocer a la provincia por un patrimonio agrícola legítimo y propio, que evidencie la calidad y el valor cultural en torno a la producción agrícola.

A consecuencia del crecimiento del turismo en nuestro país y en la provincia de Chimborazo, se acentúa en la importancia de proteger el patrimonio natural y cultural turístico, en base a la alta productividad agrícola de la provincia de Chimborazo, se considera la elaboración de un producto turístico que reconozca y resalte el patrimonio agrícola de la provincia, de tal modo que su implementación contribuya al desarrollo local mediante la generación de empleo, réditos económicos y beneficios ambientales y socioculturales para las comunidades locales, convirtiendo a la actividad turística en una alternativa de desarrollo sostenible, en tal virtud el producto turístico basado en los Productos Patrimoniales Agrícolas**(PPA)** se constituye en el punto de partida que articula la cadena de valor del turismo permitiendo una vinculación entre los productores, organizaciones privadas, las organizaciones estatales y la demanda turística en procura del Buen Vivir.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo general

Diseñar un producto turístico basado en los Productos Patrimoniales Agrícola de la provincia de Chimborazo

2. Objetivos específicos

a. Identificar y caracterizar los productos patrimoniales agrícolas de la provincia de Chimborazo
b. Evaluar la potencialidad turística de los productos patrimoniales agrícolas y del territorio para uso turístico
c. Diseñar técnicamente el producto

C. HIPÓTESIS

El diseño de un producto turístico en torno a los Productos Patrimoniales Agrícolas permitirá dinamizar tanto la actividad turística como la agrícola en la provincia, con base en la sostenibilidad, generando así beneficios comunes de tipo económicos, ambientales y socio organizativos, a la vez que promueve nuevas alternativas de visita y potencializa el turismo en la provincia, contribuyendo al buen vivir.

III. REVISION BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

1. El turismo sostenible

El turismo sostenible busca que la calidad de los servicios y atractivos que se ofrecen al turista mantenga un equilibrio con la naturaleza, al tiempo que se respetan los valores, usos y costumbres de la cultura local.

En la "Agenda 21" para el turismo y los viajes, la OMT junto con otras instituciones vinculadas al mundo de los negocios y la conservación de la naturaleza, definieron el turismo sostenible como aquel que:

"……satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida" (OMT, 1993)

2. Desarrollo sostenible

Diferentes organizaciones a nivel mundial tienen su propia conceptualización del Desarrollo Sostenible, así: La Unión Mundial para la Naturaleza, UICN (OMT, 1993) da el siguiente concepto de Desarrollo Sostenible: "El desarrollo sostenible es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos que lo hacen posible. Este objetivo se logra, generalmente, gestionando los recursos de forma que se puedan ir renovando al mismo ritmo que van siendo empleados, o pasando de un recurso que se regenera lentamente a otro que tenga un ritmo más rápido de regeneración. De esta forma, los recursos podrán seguir manteniendo a las generaciones presentes y futuras".

El desarrollo del turismo sostenible de orientación ecológica requiere de la acción de todos los agentes involucrados en este tipo de acciones como lo señala la OMT(1993) "... un turismo sostenible, que satisfaga las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras de hoy día, pero que también proteja y mejore las oportunidades del turismo futuro…..El turismo sostenible no puede funcionar únicamente a base de imposiciones de la administración pública; Es preciso, además, que el sector turístico privado acepte ese concepto y coopere en su ejecución, así como que las comunidades locales y los turistas mismos presten su colaboración al proceso".

"El resultado de un proceso socio-económico, en aspectos turísticos (naturales, rurales o urbanos), que posibilita apoyar la satisfacción de las necesidades sentidas de la población involucrada y el desarrollo de la imagen en el mercado". (Corporación de Conservación y Desarrollo 1995).

El desarrollo sostenible presenta las siguientes características:

a) Mantiene la calidad de vida de las poblaciones.
b) Permite el acceso continuo a los recursos naturales
c) Impide que los daños al ambiente perduren.

La búsqueda del desarrollo sostenible implica asumir una visión de las actividades productivas a largo plazo, cuyo eje sea la preservación de aquellos elementos que han permitido y a su vez favorecido su propio nacimiento.

3. Turismo cultural

El turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos. (FEPTCE, 2012)

4. Turismo comunitario

Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados. (FEPTCE, 2012)

5. Producto turístico

Se define por producto turístico a una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos -transporte, alojamiento, guías de viajes, etc.-(Chías, 2003). Por lo tanto, el producto deberá reunir como requisitos tres atributos fundamentales que son: atractivo, facilidades y accesibilidad. En general hay en Ecuador tres líneas de productos claves: Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventura, que configuran el mayor volumen de la oferta. (PLANDETUR 2020)

B. AGRICULTURA COMO UN BIEN DEL PATRIMONIO CULTURAL

La agricultura se la incluye al patrimonio de nuestro país tomado su contenido cultural intangible referente a: conocimientos relacionados con la naturaleza, tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, técnicas ancestrales tradicionales; y tangible por: registros de algún tipo, artefactos, artesanías, referente a esta actividad. De acuerdo a las formas de cultivar la tierra puede ser:

1. Agricultura tradicional

De acuerdo a las interpretaciones generadas a partir de la importancia social se puede definir como aquella que se practicó desde la aparición de la agricultura, en total ausencia de tecnologías y uso de químicos, que fue una actividad de subsistencia y no comercial, sin embargo desarrollada en función de la identidad cultural, con características particulares y distintivas para cada grupo cultural.

2. Agricultura sostenible

Aquella agricultura en la que el hombre utiliza los recursos naturales sin que esto le signifique al planeta mermas o destrucción de los mismos, se la desarrolla mediante la utilización reducida de insumos y se fundamenta en la regeneración natural de los sistemas agrícolas, promueve la utilización de los recursos para la producción actual sin poner en riesgo la disponibilidad de recursos para el mañana. (UNESCO, 2012)

La agricultura sostenible basa para el estudio en el triángulo de la sostenibilidad con tres dimensiones:

- **Ecológica**: referencia de compatibilidad de la actividad productiva con la preservación de la biodiversidad y la no degradación de los recursos naturales. Para soportar este criterio se valoran la biodiversidad, la limpieza e integridad de los ecosistemas y recursos naturales.

- **Social**: Se basa en el mantenimiento de la cohesión social y de su habilidad para trabajar en la persecución de objetivos comunes. Donde se valora la equidad, participación, autodeterminación, movilidad social, preservación de la cultura.

- **Económica**: cuando la actividad que se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social es financieramente posible y rentable. Se valora los servicios, crecimiento, uso eficiente de la mano de obra" (ESPOCH, 2012)

3. Agricultura convencional

Se la conoce también como agricultura química, científica, moderna o técnica, toma auge a partir de la revolución verde, se caracteriza principalmente por el uso excesivo de insumos químicos (fertilizantes y plaguicidas), sobreutilización de maquinaria agrícola, monocultivos, etc.; causa un gran deterioro de los recursos naturales, contaminación de los productos que ocasionan problemas sanitarios al consumidor. (ESPOCH, 2012)

4. Producto patrimonial agrícola

Puede describirse como aquel producto de notable importancia social, cuyo valor cultural es más representativo que el valor comercial o cualquier otro. Vale señalar que la connotación de patrimonial se enmarca en la importancia más no como una declaratoria o reconocimiento legal nacional por cuanto no existe aún una categorización para productos agrícolas. Resultado del análisis realizado referente a tradición productiva, extensión productiva e implicación cultural en el estudio realizado por la ESPOCH, se señalan dieciocho productos que cumplieron con consideración de patrimonial a nivel provincial, los cuales se presentan a continuación:

Productos Patrimoniales Agrícolas (PPA)			
1	Amaranto	10	Maíz
2	Arveja	11	Mashua
3	Cebada	12	Melloco
4	Cebolla Blanca	13	Oca
5	Cebolla colorada	14	Papa
6	Chocho	15	Quinua
7	Fréjol	16	Trigo
8	Haba	17	Zanahoria Blanca
9	Lenteja	18	Zapallo

Fuente: Doc. Productos Patrimoniales ESPOCH. GADPCH (2012)

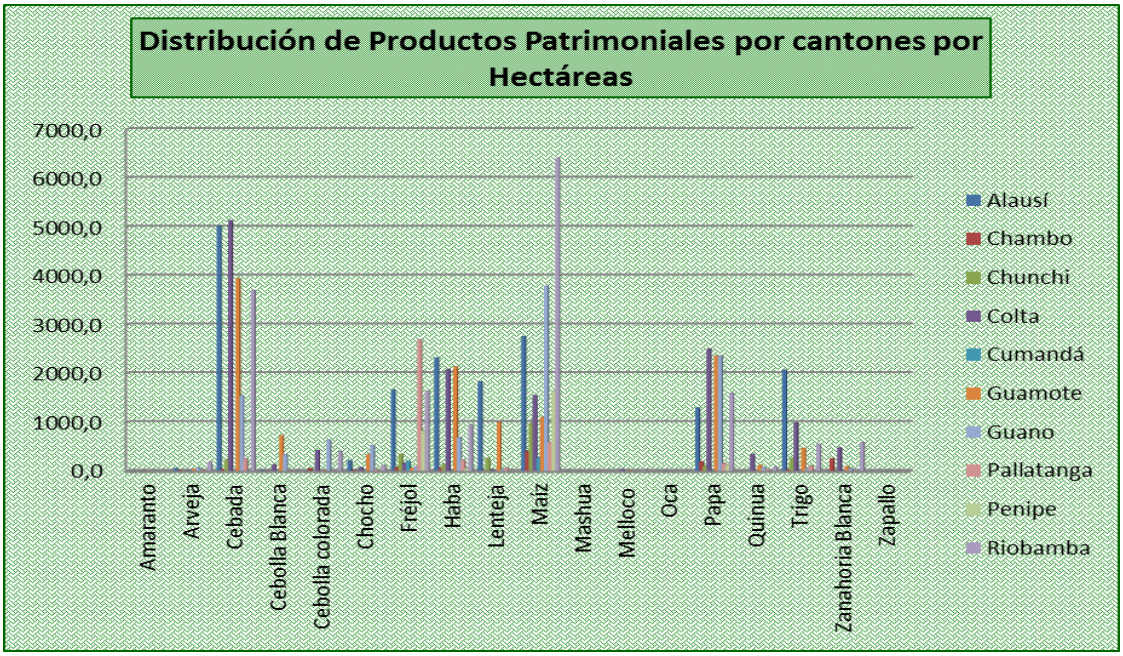


Gráfico 1: Cultivo de PPA distribuidos por cantones (has) 2011

Fuente: PDOTs Cantonales

El 47% del territorio provincial es destinado a actividades agrícola, de este porcentaje los productos patrimoniales agrícolas alcanzan el 26% según datos obtenidos del III Censo Agropecuario 2001, en confrontación con los datos de los planes de desarrollo cantonales y los resultados obtenidos en talleres se obtuvo el cuadro anterior que señala los sitios de mayor producción de cada producto patrimonial agrícola. Esta condición también ayudo a la estructuración de producto turístico

C. CONTEXTO PATRIMONIAL

1. <u>Cultura</u>

Según la UNESCO, 1982, la cultura es definida como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social, engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores y las creencias; da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo y hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos.

"…Este elemento, el amor a la tierra, entra en el núcleo central de la cultura indígena y hay una diferencia extrema entre este concepto de tierra y el concepto capitalista de la tierra, entre el concepto de la naturaleza, de equilibrio ecológico y el que pone en práctica el sistema capitalista. Para el indígena la tierra es su madre. Para el alimentado con la ideología capitalista, la tierra es un objeto de comercio, de compra y venta, que va adquiriendo cada vez un precio más alto: la tierra es un objeto de explotación hay que extraer de ella todo un cúmulo de riquezas que hay que ir acumulando, amontonando. Los conceptos son totalmente contrapuestos. Son culturas, por lo mismo, totalmente contrapuestas…." (Mons. Leónidas Proaño1965)

2. Patrimonio

Es un conjunto de elementos que forman la identidad de un grupo humano, elementos que han sido heredados de nuestros antepasados y han de ser transmitidos a las nuevas generaciones, el cual puede ser de tipo natural o cultural y que además incluye bienes materiales e inmateriales. A continuación el detalle de acuerdo a la clasificación de la UNESCO del 2003:

a. Patrimonio natural

Constituido por la flora y fauna de un paisajes en un territorio. La UNESCO lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental.

b. Patrimonio cultural

Compone bienes culturales que la historia ha legado a una nación y bienes que en el presente se crean, a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser. El Patrimonio Cultural se divide en dos tipos, Tangible o material e Intangible o inmaterial. A su vez, el patrimonio tangible se puede clasificar en Mueble e Inmueble.

1) **Patrimonio tangible**

- **Patrimonio tangible inmueble**.-Son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (sitio arqueológico).

- **Patrimonio tangible mueble.-** comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural de un país**.**

2) **Patrimonio intangible o inmaterial**

Se entiende por "patrimonio cultural inmaterial" los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos del presente estudio se tendrá en cuenta el patrimonio cultural inmaterial referente a la producción agrícola en la provincia con respeto entre grupos e individuos para lograr el desarrollo sostenible.

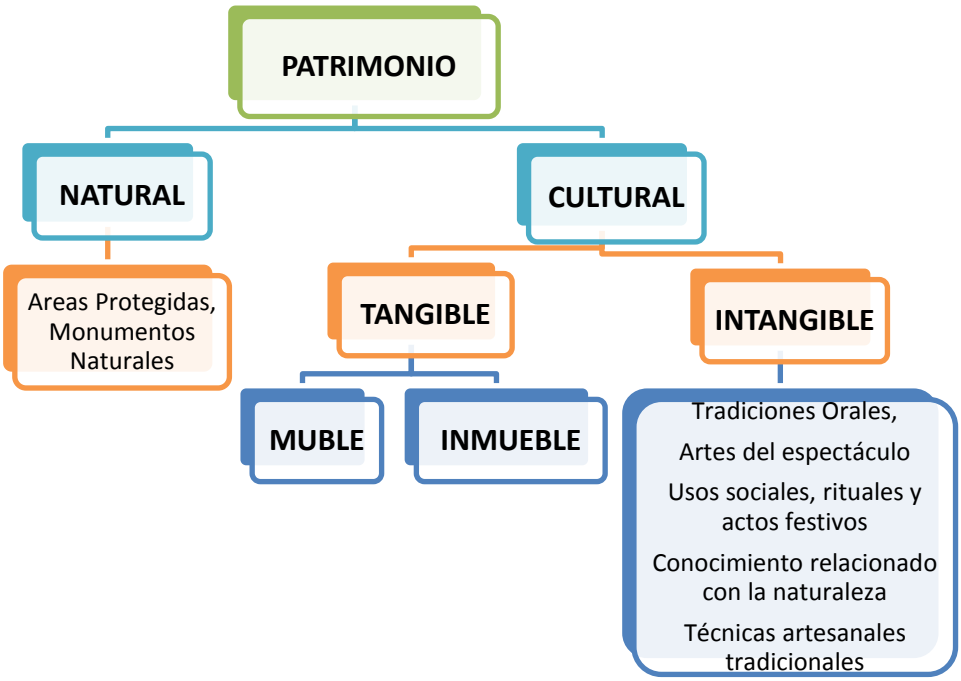


Gráfico 2: Resumen de clasificación del patrimonio

3. <u>Antecedentes del patrimonio inmaterial en el ecuador</u>

El proceso de inclusión del Patrimonio Cultural Inmaterial tiene su sustento jurídico-político a partir de:

- La Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948.
- El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966.
- El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966.
- La recomendación de la UNESCO, en el año 1989, "la salvaguardia de la cultura tradicional y popular."
- La Declaración Universal de Estambul sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO 2001.

En el Ecuador, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural es desde 1978 el ente encargado de investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural en el Ecuador. Sin embargo, el manejo y la concepción del patrimonio cultural estaban enfocados en los bienes edificados en concordancia con la visión internacional sobre el tema y sobre la base de la legislación nacional que ampara el accionar del INPC.

En el 2001, el INPC incursiona más sólidamente en el ámbito del Patrimonio Inmaterial a través de la canalización de Reconocimientos Oficiales (Declaratorias) de varias manifestaciones como Patrimonios Inmateriales del Estado. Pero es a partir del año 2007 cuando en el Ecuador se promueve una nueva política de estado que considera a la cultura como un eje transversal del desarrollo. Se crearon el Ministerio de Cultura y el Ministerio Coordinador de Patrimonio que junto al INPC protagonizaron un hecho de especial relevancia: el Decreto de Emergencia del Patrimonio Cultural de la Nación (2007), a partir del cual se levantó un registro de aproximadamente 80.000 bienes muebles, inmuebles, arqueológicos, documentales e inmateriales, visibilizándose la importancia del patrimonio cultural del Ecuador a nivel nacional e internacional.

En el ámbito del Patrimonio Inmaterial, el registro tomó como base conceptual y metodológica los parámetros establecidos en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial (2003), así como la clasificación del mismo en cinco categorías generales denominadas ámbitos del Patrimonio Inmaterial:

AMBITOS DEL PATRIMONIO
Tradiciones y expresiones orales
Artes del espectáculo
Usos sociales, rituales y actos festivos, los usos sociales, los rituales y los actos festivos
Conocimientos y usos relacionados con la Naturaleza y el Universo
Técnicas artesanales tradicionales

Fuente: Doc. Normalización INPC (2003)

4. Riesgos del patrimonio

El riesgo del patrimonio cultural hace referencia a cualquier eventualidad que afecte al bien patrimonial-cultural, refiriéndose en particular al patrimonio material se identificaron dos: de tipo antrópicos y naturales; sin embargo para el caso del patrimonio inmaterial aún no existe una clasificación determinada, es así que podríamos especificarlo al descuido del grupo humano de forma voluntaria o involuntaria.

"El Patrimonio Inmaterial es el más complejo de los patrimonios porque involucra sentimientos, anhelos, acuerdos y desacuerdos comunitarios e individuales, pero el reto está precisamente en poder aportar con las herramientas necesarias por la salvaguardia de las manifestaciones inmateriales de nuestro Ecuador diverso y multicultural"(INPC, Rg.6, 2011)

5. Salvaguarda del patrimonio inmaterial

Se entiende por salvaguardia del PCI, "Las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas: la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción y valorización básicamente a través de la enseñanza formal y no formal, y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos. (UNESCO, 2003)

El INPC desarrolla un proceso de debate para la salvaguardia del PCI a través de:

- La catalogación del PCI
- El registro científico tecnológico
- La difusión a través de un proceso académico
- La elaboración de 24 propuestas a nivel nacional (una por cada provincia) de los llamados Tesoros Humanos Vivos
- El desarrollo de las "industrias culturales locales". (Morales, P. 2012)

6. La gestión del patrimonio inmaterial desde el Estado ecuatoriano

La gestión del patrimonio inmaterial responde y se apoya en las diferentes leyes existentes en nuestro país y también es regida internacionalmente por la UNESCO, a continuación se presenta un resumen que describe las principales normativas del patrimonio.

Cuadro No. 1: Marco Legal Nacional e Internacional

Marco legal Patrimonial		
Ley	**Artículos**	**Descripción**
Constitución del Ecuador	**Art**. 3 **Art**. 379,380 **Art**. 13 **Art** 57, Numeral 6,8,9,12 **Art** 57, Numeral 13 **Art**. 400 **Art**281 **Art** 385, Numeral 2 **Art.** 379	▪ Proteger el patrimonio ▪ Gestión del Patrimonio ▪ Seguridad Alimentaria. ▪ Administrar y conservar sus recursos, organización, conocimientos. ▪ Mantener, preservar el P.C. ▪ Relación con otros pueblos Soberanía Alimentaria ▪ Fomentar la seguridad alimentaria y productiva, conservación de la biodiversidad ▪ Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales ▪ Patrimonio cultural
Plan Nacional del buen Vivir	**Objetivo** 1 **Objetivo** 3 **Objetivo** 4 **Objetivo** 7 **Objetivo** 8 **Objetivo** 11	▪ Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad. ▪ Mejorar la calidad de vida de la población. ▪ Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable. ▪ Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común. ▪ Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. ▪ Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.
PLANDETUR	**Objetivos** 1,2,3,8	▪ Incluida en las once líneas de productos, el Turismo Comunitario y Turismo Cultural ▪ Desarrollo sostenible con esfuerzos público, privado y comunitario
Plan de Marketing	**Propósitos**	▪ Contribuir con el turismo a dinamizar las economías locales, regionales y nacionales con inclusión social, ▪ Generación de empleo y beneficios económicos. ▪ Fomentar la distribución de forma equitativa de los ingresos económicos por turismo interno.
COOTAD	**Art**. 4 **Art**. 32,64,65,66 **Art** .134, 135 **Art** .144 **Art**. 236, 239, 279, 241.	▪ Fines de GADs ▪ Competencias (Planificar, regular, fomentar y gestionar de acuerdo a sus competencias) ▪ Fomento de actividades productivas y agropecuarias ▪ Preservar, mantener y difundir el P.C ▪ Descentralización derechos, obligaciones y competencias.

UNESCO	**Art. 1** **Art. 2** Definiciones **Art. 3** Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en el plano Regional **Art. 11:** Adoptar las;	▪ Finalidad de la conservación del PCI, declaración Universal sobre la Diversidad Cultural en el 2001 ▪ Declaración de Estambul del 2002, aprobada en la Convención por la Tercera Mesa Redonda del Ministros de Cultura 2003 ▪ En la convención de la UNESCO en el 2003 se crea el CRESPIAL ▪ Medidas para garantizar la salvaguardia del PCI
Ley del patrimonio cultural	**Artículos**: 31,32,33,34	Patrimonio Inmaterial
Agenda Sectorial	**Política Estratégica**	Política Estratégica

Fuente*: Docs. Legislación Nacional e Internacional*

D. POTENCIALIDAD

La Potencialidad permitirá conocer las características generales del entorno del área geográfica y el verdadero potencial turístico del área donde se pretende realizar un proyecto turístico. Este estudio consta de dos partes:

- Análisis del Potencial Turístico del área
- Diagnóstico de las Características Generales del Área

El estudio del potencial turístico de cualquier área natural donde se pretenda desarrollar la actividad ecoturística, deberá contener un inventario de recursos turísticos.

1. <u>Inventario de atractivos turísticos</u>

"El inventario de los atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación, zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico." (MINTUR 2004)

2. Metodología para inventario de atractivos turísticos del MINTUR (2004)

A continuación se detallan las etapas para elaborar el Inventario de atractivos según la metodología del MINTUR:

a. Clasificación de los atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar de acuerdo a la propuesta de inventarios del Ministerio de Turismo en el 2004.

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

1) Categoría

Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

2) Tipo

Los elementos de características similares en una categoría.

3) Subtipo

Son los elementos que caracterizan los tipos.

b. Recopilación de información

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

c. Trabajo de campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo. El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

d. Evaluación y Jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

1) Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

2) Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

3) Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

4) Jerarquía I

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

3. Metodología de Revalorización de la Sabiduría de los Pueblos Indígenas Originarios de los Andes

El reducido impacto de desarrollo y las alternativas propuestas a raíz de la revolución verde, iniciada en los años 50, no han solucionado la pobreza ni el hambre en el mundo. Durante este periodo, en muchas ecoregiones de la tierra, se han experimentado diferentes modelos, tecnologías y metodologías alternativas al modelo imperante, como resultado se tiene diferentes propuestas, entre las más importantes las que plantean que el desarrollo solo es posible si se consideran las capacidades locales, su saber y la manera propia de ver el mundo. **(**AGRUCO 2005)

La iniciativa de revalorización cultural iniciada en 1988 por AGRUCO en Bolivia y PRACTEC en Perú invita a interesarse en por promover el desarrollo sostenible en los Andes a partir de sus propios conocimientos, respetuosos de su cultura y por tanto auto sostenibles en el tiempo. La presente metodología pretende ser un apoyo a la revalorización del saber local; ser un medio de sensibilización hacia el saber local mediante el uso de cartillas o fichas que documenten testimonios sobre el conocimiento de técnicas, rituales, costumbres o tradiciones, de una forma real, tal y como es, dejando un espacio para los comentarios del técnico o recolector del testimonio.

Cada ficha registra un solo testimonio, considerando las relaciones con otros eventos o circunstancias correspondientes a la cosmovisión andina, el contenido de las fichas es de importancia trascendental porque reflejan los conocimientos en técnicas y experiencias aplicadas. Dichos conocimientos documentados, deben ser discutidos a nivel comunal de tal modo que se difundan y se diseñen programas y proyectos de desarrollo endógeno sostenible, con base cultural en pro del desarrollo y con base en la realidad local. (AGRUCO 2005)

4. Instructivo de Normalización del Fondo del Patrimonio Material e Inmaterial del INPC

El Instructivo de Normalización del Fondo Del Patrimonio Material e Inmaterial del INPC del 2009 y 2010, propone una ficha de registro y sistematización de los bienes patrimoniales basados en la siguiente caja de lista:

a. Ámbito 1: Tradiciones y expresiones orales

Incluido el idioma como vehículo del patrimonio inmaterial, la oralidad es la base fundamental de la transmisión del conocimiento pues, a través de ella, las distintas comunidades y grupos sociales han transferido sus saberes de generación en generación. Es fundamental porque la tradición oral se convierte en un medio para el fortalecimiento de la identidad.

- **Cuentos:** infantiles, sobre animales, plantas, naturaleza muerta u objetos, otros.
- **Leyendas:** asociadas a apariciones de seres mitológicos, asociadas a imágenes religiosas, asociadas a la geografía, asociadas a toponimia, asociadas a geografía, asociadas a personajes relatos heroicos, a plantas y/o animales.
- **Historia Local:** tiene relación directa con el relato de hechos históricos acontecidos en determinados sitios de la geografía de un pueblo contados desde la perspectiva de sus habitantes.
- **Mitos:** es un relato tradicional de acontecimientos prodigiosos, protagonizados por seres sobrenaturales o extraordinarios, tales como dioses, héroes, etc.

- **Plegarias:** es la expresión del sentir popular dedicado a alguna divinidad o con motivo de algún acontecimiento relevante, solicitando o agradeciendo por favores concedidos. En más de una ocasión, las plegarias son musicalizadas y dan forma a un ritual, es el caso por ejemplo de los alabados, rezos, anent, arrullos, cánticos, chigüalos, loas, otros.
- **Poesía popular:** realizada en verso, tiene un aire picaresco con el fin de mofarse o burlarse de personajes reconocidos, situaciones coyunturales o relaciones amorosas, sacando a relucir aspectos físicos o acontecimientos relevantes. Estos pueden ser amorfinos, coplas, décimas, octavas, contrapuntos, adivinanzas, humoradas, trabalenguas, proverbios, dichos, supersticiones, creencias.

b. Ámbito 2: Artes del espectáculo

Inmersas en este ámbito se encuentran las manifestaciones propias de un pueblo que tienen que ver con su creatividad, que se han ido transmitiendo de generación en generación. En ellas se expresa su sentir, en la algarabía que les saca de la rutina del convivir cotidiano necesaria para la interacción social. Estas manifestaciones compendian un sinnúmero de actividades que han ido evolucionando y resignificándose con el pasar del tiempo.

- **Danza:** la danza así como la música es el legado de un pueblo recibido de sus ancestros, su interpretación toma un matiz según la zona geográfica en la que se desarrolla.
- **Juegos:** el juego tiene relación con la actividad de disfrute, es una acción física o mental que aglutina a individuos infantiles, pueden ser de faenas agrícolas, actividades productivas, rituales o festivas, azar, actividades lúdicas.
- **Música:** nuestra música tiene un sinnúmero de géneros, los que son interpretados según la ocasión y forman parte sustancial del sentir de un pueblo. Es elemento fundamental de las fiestas populares, las comparsas, los desfiles.
- **Teatro:** es la interpretación de escenas en las que los personajes asumen su papel con total realismo.
- **Literatura:** se refiere al conjunto de producciones creadas de una nación, de una época o de un género.

c. Ámbito 3: Usos sociales, rituales y actos festivos.

Son actividades que estructuran la vida de las comunidades y/o grupos sociales que reafirman su identidad. Realizados en público o en privado, en un contexto sagrado o profano, en el área rural o urbana, las fiestas, rituales, prácticas tradicionales pueden estar asociadas al ciclo vital de individuos y de los grupos, al calendario agrícola y estacional y a otros sistemas temporales y espaciales.

- **Fiestas:** son actos rituales que implican un patrón determinado. Suelen estar acompañadas de baile, música y comida y en ella intervienen otros rituales específicos. Las fiestas pueden ser cívicas, ceremonias religiosas, propiciación o actos simpáticos, agrarias o productivas, celebraciones festivas.
- **Prácticas comunitarias tradicionales:** son prácticas tradicionales que aportan continuidad e identidad a una comunidad, pueden ser mingas, cruza manos, pampa mesas, sistemas jurídicos tradicionales, organización social, parentesco, etc.
- **Ritos:** son actos o ceremonias regidas a unas normas estrictas. Generalmente, los ritos son las celebraciones de los mitos y de ahí proviene su carácter simbólico. Puedes ser de parentesco y reciprocidad, de paso, de iniciación, apotropaicos, propiciatorios, conmemoración.
- **Uso social de la vestimenta**: tiene una connotación simbólica y social que va más allá de la técnica, se clasifica en artesanal. ritual, festiva y cotidiana.

d. Ámbito 4: Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

Se entienden los conocimientos, las técnicas, las competencias, las prácticas y las representaciones desarrolladas y perpetuadas por las comunidades en la interacción con su entorno natural.

- **Agrodiversidad:** se trata de las prácticas, usos, conocimientos para la elaboración de herramientas y técnicas relacionadas con actividades productivas como la agricultura, ganadería, pesca, actividades extractivas y actividades de sobrevivencia como la cacería.

- **Sabiduría ecológica tradicional:** incluye los conocimientos y prácticas relacionadas con fenómenos astronómicos y naturales.
- **Conocimientos y usos relacionados con fenómenos astronómicos y naturales**
- **Conocimientos y usos relacionados con plantas, animales y minerales**(Conocimientos sobre variedades de especies, técnicas de alimentación de animales, etc.)
- **Gastronomía:** implica una serie de procedimientos que utilizan herramientas y materiales, que están en relación directa con los individuos, el medio ambiente y los recursos.
- **Medicinal tradicional:** se refiere a las prácticas y conocimientos usados para el mantenimiento de la salud, que incluye los agentes, medicamentos herbarios, la actividad terapéutica, uso de elementos, etc.
- **Espacios simbólicos:** sitios naturales, construcciones o lugares (como plazas y parques) que sean el referente para una o varias prácticas comunitarias. Los sitios sagrados, están íntimamente ligados con los rituales, leyendas, mitos.
- **Toponimia:** se refiere al origen de la denominación de un sitio de acuerdo a su etimología.

e. Ámbito 5: Técnicas artesanales tradicionales

No son los productos artesanales en sí mismos, sino las competencias y los conocimientos que son imprescindibles para que no desaparezca su producción. En este sentido, se entiende como técnicas artesanales al conjunto de actividades productoras, de carácter esencialmente manual, realizadas por un solo individuo o una unidad familiar, transmitidas por tradición de padres a hijos y cuyos productos, generalmente de carácter anónimo, están destinados a la cobertura de necesidades concretas.

- **Técnicas constructivas tradicionales:** procesos y elementos que intervienen en las técnicas de construcción tradicional como las técnicas en barro crudo (adobe, bahareque y tapial), uso de la caña, carrizo, zuro, cáñamo, paja de páramo, maderas autóctonas, cuero (cabestro) y los elementos que se usan en la construcción como sangre de toro, etc.

Por “salvaguardia” las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión básicamente a través de la enseñanza formal y no formal y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos.

5. Procesos e instrumentos para la salvaguardia del PCI del Ecuador inherentes al estudio

Los conocimientos, saberes y prácticas inherentes a la manifestación se han transmitido de generación en generación y en la actualidad la manifestación está en vigencia.

a. Categoría 1: Manifestaciones vigentes

En esta categoría se incorporarán las manifestaciones que cumplan con los siguientes parámetros:

Representatividad y reconocimiento comunitario: tiene relevancia histórica y significación social; es valorada y reconocida por la comunidad gracias a su aporte al fortalecimiento del sentimiento de identidad y de apropiación comunitaria.

Transmisión intergeneracional y vigencia: Los conocimientos, saberes, técnicas y prácticas inherentes a la manifestación se han heredado de generación en generación, en un proceso continuo de transmisión de los saberes los significados son recreados en función de los contextos sociales, económicos, políticos o culturales manteniéndose la vigencia y pertinencia de la manifestación para la comunidad o grupo detentor.

b. Categoría 2: Manifestaciones vigentes vulnerables

En esta categoría se incorporarán las manifestaciones que se encuentran en estado de vulnerabilidad (riesgo) que cumplan los siguientes criterios:

Representatividad y reconocimiento comunitario: La manifestación tiene relevancia histórica y/o significación social; es valorada y reconocida por la comunidad o grupo detentor como un elemento que fortalece el sentimiento de identidad y el sentido de pertenencia.

Fragilidad en el proceso de transmisión: Se han detectado amenazas en la transmisión de los conocimientos, saberes, técnicas o prácticas inherentes a la manifestación como: impactos externos, condiciones ambientales o económicas desfavorables, mínima presencia de detentores, entre otras.

c. Categoría 3: Manifestaciones vigentes en la memoria colectiva pero no practicadas en la actualidad

1) Representatividad

La manifestación es un referente identitario de la comunidad o grupo detentor o vinculado a la manifestación y promueve el respeto a la diversidad cultural.

2) Reconocimiento comunitario

La manifestación ha sido reconocida por las comunidades, grupos, o de ser el caso, por los individuos detentores, como parte de su patrimonio cultural y corresponde a uno de los ámbitos de clasificación del Patrimonio Inmaterial.

3) Relevancia histórica y social

La manifestación del patrimonio inmaterial conlleva una significación cultural que es valorada por la comunidad o grupo detentor como parte de los procesos históricos y sociales colectivos.

La manifestación promueve el respeto a la diversidad cultural y se enmarca en el respeto a los derechos humanos, derechos colectivos y de la naturaleza. Actualmente, el marco Constitucional otorga un peso significativo al patrimonio inmaterial como una necesidad política para superar la tendencia dominante que ha simplificado al patrimonio a su expresión objetivada; es decir, a comprender lo patrimonial únicamente por los hallazgos arqueológicos, los símbolos patrios, los museos de arte, entre los más comunes.

También existe una planificación estratégica en la que los objetivos nacionales prioritarios, contemplan el ámbito patrimonial. Esta planificación es articulada a través del sector patrimonial, a cuya cabeza está el Ministerio Coordinador Dentro de este proceso, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural se encuentra en un paso de construcción de los procesos e instrumentos para la gestión del patrimonio inmaterial, entendida como las medidas encaminadas a la salvaguardia de las manifestaciones del patrimonio inmaterial entre las que se encuentran: inventario, investigación, planes de salvaguardia.

Los actores de la cultura y el turismo en el país, debaten sobre la importancia de los saberes ancestrales en la sociedad ecuatoriana y su capacidad de dinamizar el desarrollo socio-económico.

4) Periodo

- **Anual**: se refiere a la ejecución de la manifestación en un único período o fecha del año, el cual será detallad.
- **Continua:** se refiere a la ejecución de la manifestación de manera continua, sin especificidad temporal.
- **Ocasional:** se aplica a toda manifestación inclusa en cualquier ámbito de la que se tenga referencia de la fecha específica de su realización
- **Otro:** se aplica cuando la fecha o periodicidad no corresponde a las denominaciones anteriores.

5) Alcance o Importancia

- **Local**: la manifestación se restringe al ámbito de la localidad en la que se la ha registrado.
- **Provincial**: la manifestación tiene una influencia o alcance que incluye el 50% de los cantones de la provincia a la que corresponde el registro.
- **Regional**: la manifestación tiene una influencia o alcance que incluye el 50% de las provincias de la región a la que corresponde el registro.
- **Nacional**: la manifestación tiene una influencia o alcance que incluye el 50% de las provincias del territorio nacional.
- **Internacional**: cuando la manifestación tiene una influencia o alcance a nivel internacional.

6) Forma de adquisición

- **Compra:** cuando interviene una transacción económica monetaria
- **Intercambio**: cuando interviene una transacción económica no monetaria
- **Producción propia**: cuando el material es elaborado por el mismo agente.

7) Tipo

- **Tradicional:** se refiere a las herramientas que, por un lapso mayor a 20 años, han sido utilizadas en el proceso de elaboración de un producto.
- **Actual:** se refiere a las herramientas que, por un lapso menor a 20 años han sido utilizadas en el proceso de elaboración de un producto.

8) Portadores/soportes

Es importante evitar la confusión entre soportes e interlocutores, aunque en la mayoría de los casos los mismos interlocutores sean los soportes o portadores de la manifestación. Los soportes se refieren a las personas, colectividades o instituciones que han asumido roles de salvaguardia de los componentes de la cultura inmaterial, quienes detentan, interpretan y preservan la continuidad de la manifestación. Se podrán identificar uno o varios soportes.

Nombre: Apellidos y Nombres. Ej.: *Pérez Castro Luis*

Nombre comercial o asociativo: Ej. *Asociación de vianderas del mercado San Francisco*
Nombre de la institución: Ej. *Junta Parroquial de Pablo Arenas*

9) Transmisión del saber

Padres-hijos, Maestro-aprendiz, Centro de capacitación Otro.

10) Importancia para la comunidad

Este es un campo "abierto". La importancia para la comunidad se refiere a la trascendencia de la manifestación para la comunidad.

- Alta
- Media
- Baja

11) Sensibilidad al cambio

Toda manifestación cultural inmaterial es sensible al cambio por su misma naturaleza; sin embargo, es necesario reconocer cuáles son esos niveles de cambio para la aplicación oportuna de planes de salvaguarda. De acuerdo al criterio conjunto del encuestador y los interlocutores puede ser:

- Alta
- Media
- Baja.

En un segundo momento se deberá describir el detalle de la selección anterior. Para ello, se seguirán los siguientes criterios:

- Vigencia
- Elementos simbólicos
- Trascendencia histórica y generacional
- Diferencias con el pasado: agentes e impactos
- Extensión máxima de 1000 caracteres (INPC, 2010)

6. Metodología de Revitalización Cultural (TORRES, V 1994)

Es una de las maneras para realizar el inventario de atractivos culturales es la propuesta por el Manual de Revitalización Cultural de Víctor Hugo Torres, que dice:
Es una metodología de trabajo colectivo, destinada al fortalecimiento cultural de los grupos base. Sirve para que una comunidad campesina, un pueblo afro, una nacionalidad indígena, o inclusive los pobladores de un barrio, puedan discutir, paso a paso, serenamente, los problemas que afectan a sus culturas, encontrar las soluciones apropiadas y cumplir las actividades que hayan decidido realizar para conservar y enriquecer su cultura.

La metodología ayuda también a encontrar los bienes culturales que se están perdiendo, a darles la importancia que tienen para los comuneros, para los jóvenes, para las mujeres, para los ancianos, para todas las personas que se identifican con estos bienes y que creen firmemente que tienen que ser rescatados del olvido para entregarlos a toda la sociedad.

La metodología de revitalización cultural es un camino ordenado para ayudar a fortalecer la identidad de los pueblos, a través de una acción coordinada entre el grupo animador y la organización local.

Sobre la base de experiencias directas de acción cultural los indios, negros y mestizos plantearon seis razones para la revitalización cultural:

- ✓ Porque es vital mantener todos los bienes del Patrimonio Cultural de los pueblos, ya que son parte de la identidad de las nacionalidades y del Estado.
- ✓ Porque compartiendo con orgullo la música andina, amazónica y afro, sus bailes locales, los vestidos tradicionales, las comidas criollas y los demás bienes del Patrimonio local, los jóvenes no van a perder su identidad como actualmente está sucediendo.
- ✓ Porque son valores que expresan los sentimientos y ánimos propios de las personas andinas y amazónicas, frente al mundo.
- ✓ Porque hay que recoger la sabiduría y el conocimiento de los viejos, para difundirlos a las nuevas generaciones.
- ✓ Porque los grupos de base saben usar y administrar directamente los bienes del Patrimonio Cultural.

- ✓ Porque conservando y revitalizando la cultura se promociona la participación en el desarrollo (TORRES, V 1994).

Las consideraciones de esta herramienta para el análisis sobre el patrimonio cultural y su uso para el turismo, considera los siguientes pasos:

- Reconocimiento del Patrimonio Cultural
- Auto diagnóstico comunitario
- Plan de revitalización cultural
- Recolección de datos
- Síntesis y análisis
- Intervención
- Difusión
- Enriquecimiento cultural

De los pasos mencionados existe particular interés y vinculación con el presente estudio en el auto diagnóstico sobre todo en los cinco temas coherentes con la finalidad del INPC, en el afán de registrar y proteger al patrimonio:

- Lista de los bienes del Patrimonio Cultural.- registrados como: cosas de respeto, saber popular diario y símbolos y valores.
- Calendario de Fiestas.- en detalle del nombre, la fecha y la tradición para la misma, como la comida, música, personajes, creencias, etc.
- Formas de vida.- referente a prácticas cotidianas y condiciones de vida.
- Instituciones y organizaciones que promocionan la cultura en la zona.- incluye grupos de danza, organizaciones comunitarias entre otras.
- Solución que plantea la comunidad.- partiendo de los problemas identificados por la comunidad.

De la misma forma en que se incluye la importancia de la Difusión con la finalidad de incentivar a los miembros de la comunidad y entrega de resultados, pero a la vez se constituye una estrategia para enriquecer la cultura con procesos de : Eventos de Capacitación, Organizaciones de Grupos Artísticos, Festivales artísticos y culturales, encuentros interculturales, Feria educativa. (IBID)

7. Evaluación del Potencial (MARIELA A. PINUER (Leno Cerro, Francisco. 1993))

a. Diagnóstico de las características generales del área

El diagnóstico del entorno de un área donde se pretende desarrollar un proyecto de turismo intenta responder a las siguientes preguntas:

- ¿Existen limitaciones importantes en el área seleccionada para el desarrollo del turismo?
- ¿El área seleccionada tiene potencial para desarrollar el turismo?

Este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; y oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales, entre otras fuentes.

En el área de influencia donde se ubicará y desarrollará el proyecto de turismo, se recopila información referente a:

- Servicios básicos disponibles (abastecimiento de agua, energía eléctrica, recolección y tratamiento de desechos, centros de salud, accesibilidad, telecomunicaciones)
- Características básicas de la población (actividades económicas, sociodemográfica de la población local, participación o interés de la población en el desarrollo turístico).
- Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural, descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción, hidrología, etc.)
- Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico
- Desarrollo actual del turismo en la zona (infraestructura turística de alojamiento, alimentación, centros artesanales, servicio de transporte, guías, mercados turísticos actuales que visiten la zona, perfil del visitante.

Al final del proceso realizado con el diagnóstico, este será capaz de proporcionar respuestas fundamentales para las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las mayores amenazas para el sitio y cómo puede abordarlas?
- ¿Dónde tendrán lugar las actividades turísticas?
- ¿Qué clase de actividades se realizaran para implementar el turismo?
- ¿Quién estará a cargo de implementar estas actividades y que precauciones será necesario tomar?
- ¿Cómo serán financiadas y monitoreadas las actividades y quién estará a cargo?
- ¿Cuáles son las zonas de mayor concentración humana?
- ¿Qué uso se están dando a los suelos?
- ¿Dónde se concentran zonas de biodiversidad florística y faunística?
- ¿Cuáles son los lugares de expansión agrícola?

8. Estudio de mercado

"Las tendencias modernas para administrar una empresa indican que debemos analizar las características de los consumidores y orientar nuestros esfuerzos a satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, lo que hace que uno de los factores centrales al estudiar proyectos sea la determinación del mercado". (OCAMPO, E. 2003)

"El estudio de mercado permite resaltar los detalles relevantes que visualizan y detectan si el producto o servicio derivado del proyecto se puede comercializar". (HERNÁNDEZ, E. 1997)

a. Objetivos del estudio de mercado

"En el caso de un proyecto, la finalidad del estudio del mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción - de bienes o servicios - en un cierto periodo. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta esos demandantes". (ARBOLEDA, G. 1998)

b. Análisis de la demanda

Enmarcados en los estudios de mercado para el tipo de empresas comerciales, que conforman habitualmente el equipamiento turístico de un país, habría que señalar las variables básicas por analizar en el área de la demanda (efectiva).

Dichas variables son, en la mayoría de los casos, las siguientes: afluencia esperada de demandantes, afluencia de viajeros, afluencia de residentes locales, permanencia, estacionalidad en la afluencia de viajeros. (HERNÁNDEZ, E. 1997)

c. Perfil general del consumidor a captar

Una de las áreas más interesantes, esclarecedoras y definitivas en un estudio de mercado es aquella que está referida al perfil general del consumidor. Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetiva. (HERNÁNDEZ, E. 1997)

d. Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener.

Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), depuse identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

Dónde:

N = universo
n = tamaño de muestra
p = probabilidad de éxito = 0.5
q = probabilidad de fracaso = 0.5
p.q = probabilidad de ocurrencia, fenómeno = 0.25
e = margen de error +- 10%
k = constante de corrección = 2

$$n = \frac{N \text{ x } p \text{ x } q}{(N-1)(e/z)^2 + (p \text{ x } q)}$$

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo. (ARBOLEDA, G. 1998)

e. Análisis de la oferta

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar a quienes dentro de sus actividades proveen de bienes y servicios similares al del proyecto. (ARBOLEDA, G. 1998)

f. Análisis competitivo

La empresa analiza las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades frente a sus principales competidores. Esto es, realiza un completo diagnóstico con respecto a la competencia. (COBRA, M. 1998)

E. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO

1. Estrategia de comercialización

a. Marketing turístico

Vender un servicio de viaje o turismo incluye cierta magia porque el vendedor vende un sueño, incluso una fantasía. Para vender bien, el vendedor debe crear un clima adecuado y estar presto a esclarecer todas las dudas, pues una sola se puede transformar en una objeción de compra y en un rechazo.

1) Plan de marketing

Como instrumento de planeación, el plan debe realizar un análisis completo de la situación actual de la empresa en el mercado, tratando de evaluar de manera objetiva: el mercado y sus principales tendencias, los productos y servicios de la empresa, la competencia, plan detallado de estrategias de distribución y venta, plan detallado de comunicación y los costos y resultados esperados desde el punto de vista económico – financiero. (COBRA, M. 1998).

Es el conjunto de procedimientos para vender productos y servicios de una empresa. Tiene que cumplir el objetivo del consumidor (satisfacción) y el de la empresa (beneficios, rentabilidad) Esta relación empresa- consumidor se produce en el mercado. El Marketing utiliza 4 herramientas, de la combinación adecuada de estas herramientas depende el éxito de nuestra oferta de servicios.

- Producto
- Precio
- Promoción
- Plaza (distribución)

2) Producto

Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta. Un producto puede ser un bien tangible (p. Ej.: un auto), intangible (p. ej.: un paquete turístico, servicio de limpieza a domicilio), una idea (p. ej.: la propuesta de un partido político), una persona (p. ej.: un candidato a presidente) o un lugar (p. ej.: una reserva forestal).

El "producto", tiene a su vez, su propia combinación o mezcla de variables:

- Variedad
- Calidad
- Diseño
- Características
- Marca
- Servicios

3) Precio

Se entiende como la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio.

El precio representa la única de las herramientas de marketing que genera ingresos para la empresa, el resto de generan egresos. Sus variables componentes son los siguientes:

- Lista de Precios (alojamiento, transporte, alimentación)
- Descuentos
- Complementos
- Periodo de pago
- Condiciones de crédito

4) Plaza (Distribución)

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes:

- Canales
- Cobertura
- Surtido
- Ubicaciones
- Inventario
- Transporte
- Logística

5) Promoción

Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. Sus características son las siguientes:

- Publicidad
- Venta Personal
- Promoción de Ventas
- Relaciones Públicas
- Propaganda

En resumen, *la* mezcla de promociones la combinación de ciertas herramientas como la publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo, merchandising y publicidad blanca, para lograr metas específicas en favor de la empresa u organización.

a) Herramientas del conjunto de la promoción

- **Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.
- **Venta personal:** Forma de venta en la que existe una relación directa entre comprador y vendedor. Es una herramienta efectiva para crear preferencias, convicciones y acciones en los compradores.
- **Relaciones públicas**: Consiste en cultivar buenas relaciones con los públicos diversos (accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, etc.) de una empresa u organización.
- **Promoción de ventas:** Consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio. Por ejemplo: Muestras gratuitas, cupones, paquetes de premios especiales, regalos, descuentos en el acto, bonificaciones, entre otros.

b) Marketing directo

Consiste en establecer una comunicación directa con los consumidores individuales, cultivando relaciones directas con ellos mediante el uso del teléfono, el fax, correo electrónico, entre otros, con el fin de obtener una respuesta inmediata.

c) Merchandising

Es el conjunto de técnicas destinadas a gestionar el punto de venta para conseguir la rotación de determinados productos.

d) Publicidad blanca

Consiste en la forma impersonal de estimular la demanda o de influir en la opinión o actitud de un grupo hacia la empresa, a través de una comunicación en medios masivos que no paga la empresa u organización que se beneficia con ella.

Señala: La tendencias en promoción serán inicialmente de fuerte incidencia sobre la educación de los consumidores y miembros del canal de distribución. Tras la educación, deberá incrementarse la información a los que intervienen en relación de intercambio (OCAMPO, E. 2003).

F. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estudio administrativo

Cobra en (1998) señala: "Para que un proyecto turístico funcione adecuadamente debe contar con una base Administrativa bien estructurada, la cual debe cumplir con los siguientes objetivos: Conocer quien o quienes administraran el proyecto, definir la estructura organizativa del proyecto, definir funciones y responsabilidades, establecer leyes, reglamentos y normas que amparan, definir los gastos de constitución de la empresa.

La parte Administrativa deberá contar a su vez con áreas Funcionales que se complementen entre sí para un adecuado funcionamiento de la empresa, las áreas sugeridas son:

a. Área comercial

Deberá posicionar el producto en el mercado, creando un plan de marketing y publicidad además de establecer políticas de precios y se obligará a innovar permanentemente el producto que se está ofertando.

b. Área de producción

De esta área saldrá un producto de calidad y en donde se llevará a cabo la innovación del producto de acuerdo a los criterios establecidos previamente en el área Comercial.

c. Área administrativa

Esta será la base de las demás áreas ya que aquí se contará con toda la información necesaria que permita el trabajo de las otras áreas, a partir de ésta área se organizarán y planificarán los procesos, controlando y evaluando los procesos que se realicen.

d. Área financiera

Esta será la base de las demás áreas ya que aquí se contará con toda la información necesaria que permita el trabajo de las otras áreas, a partir de ésta área se organizarán y planificarán los procesos, controlando y evaluando los procesos que se realicen".

2. Estudio legal

Patricio Yucta (2012) indica que "El proyecto turístico para su operación y funcionamiento debe sujetarse entre otras a los siguientes impuestos y controles estatales:

a) Impuestos municipales.
b) Impuestos al sistema de rentas internas, RUC.
c) Impuestos por la licencia anual de funcionamiento otorgada por el Ministerio de Turismo.

d) Permiso de operación al Ministerio del Ambiente en caso de ejecutar el proyecto en Áreas Naturales Protegidas, etc.
e) Se describen la cantidad que se debe pagar en impuestos y controles estatales".

e. Estructura organizacional comunitaria

Define cómo y quién ejecutará el proyecto, si es como Empresa Societaria, Familiar, Comunitaria, etc. Se establece un organigrama estructural el cual debe representar una visión de la organización que define claramente los siguientes niveles jerárquicos:

- **Nivel Directivo**.- Conformado por la Asamblea General y la directiva de la comunidad.
- **Nivel Administrativo**.- Lo integra el comité comunitario de Turismo.
- **Nivel Operativo**.- Lo integra la Gerencia de Operación, personal que labora en los departamento Administrativo, de Servicio, de Información, etc. (YUCTA, P. 2002).

G. EVALUACIÓN AMBIENTAL Y SOCIO CULTURAL

Báez y Acuña (1998) señalan que: los estudios de Impacto Ambiental (EIA), son uno de los métodos más efectivos para determinar cuánto un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicados los EIA pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo.

Un estudio de impactos ambientales deberá contener las siguientes evaluaciones:

- Evaluación de impactos biológicos
- Evaluación de impactos sobre la comunidad local
- Evaluación de impactos sobre los recursos naturales y el paisaje
- Evaluación de impactos sobre los recursos económicos (YUCTA, P. 2002).

1. Método de Leopold (1982)

La matriz de Leopold es un método sencillo y rápido que permite al investigador generar información precisa en los aspectos culturales y ambientales, con componentes ambientales que pueden estar siendo afectados como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros y así determinar los impactos generados.

a. Parámetros para la evaluación de impactos ambientales

1) **Naturaleza.** Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-)

2) **Magnitud.** La magnitud se detem1ina a través de tres rangos:

1. Baja intensidad. Cuando el área afectada es menor a 1 ha.
2. Moderada intensidad. Cuando el área afectada está entre I a 10 has.
3. Alta intensidad. Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

3) **Importancia**.Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

0 Sin importancia

1 Menor importancia

2 Moderada importancia

3 Importante importancia

4) **Certez**a.Se determina a través de tres rangos definidos con letras:

C Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%

D Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%

I Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

5) **Tipo.** Se define a través de:

(Pr) *Primario.* Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.

(Sc) *Secundario*. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto

(Ac) *Acumulativo.* Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

6) **Reversibilidad.** Puede ser de dos tipos:

1 *Reversible.* Si el impacto es transformable por mecanismos naturales.

2*Irreversible.* Si el impacto no es transforn1able por mecanismos naturales.

7) **Duración.** Se determina a través del tiempo en:

1 *A corto plazo*. Si el impacto permanece menos de 1 año.

2 *A mediano plazo*. Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años.

3 *A largo plazo*. Si el impacto permanece más de 10 años.

8) **Tiempo en aparecer.** Determinado también por el tiempo se clasifica en**:**

C *Corto plazo.* Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.

M *Mediano plazo*. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.

L *Largo plazo.* Si el impacto aparece en *S* años o más a la implementación del proyecto.

9) **Considerado en el proyecto.** Se define por las alternativas:

S *Si*. Si el impacto fue considerado en el proyecto.

N *No.* Si el impacto no fue considerado en el proyecto.

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del medio ambiente en general.

H. ESTUDIO ECONÓMICO

Un estudio financiero es una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, o la realización de1 proyecto con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa. (OCAMPO, E. 2003)

Hernández (1997) manifiesta que: “El análisis financiero actúa dentro de un estudio de pre inversión como un sintetizador, concentrando de manera cuantitativa las principales conclusiones logradas durante el análisis de mercado y el técnico arquitectónico.

Del primero recoge, principalmente, los datos relativos a la cantidad de demanda que cabría satisfacer mediante la inversión durante un cierto periodo, así como los precios y tarifas adecuados, en función de las posibilidades que demuestre la competencia y los futuros consumidores.

En cuanto al estudio técnico, las variables de mayor trascendencia para la elaboración del estudio financiero se refieren tanto al monto de inversión en terrenos y construcciones como al calendario de obras y a las condicionantes de localización y dimensionamiento.

Estas últimas influyen en los otros rubros de inversión (como equipos, mobiliario, gastos preoperatorios, etc.) y en el establecimiento de los costos y gastos pre-operativos".
También Hernández (1997) manifiesta que: "Los apartados básicos para la elaboración de un estudio financiero son:

1. <u>Presupuesto de inversión</u>

Le denominaremos Inversión al monto de recursos que en forma de capital requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como aquellas erogaciones que se requerirán durante su funcionamiento para reponer activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones en la planta productiva original. A estas últimas se les conoce también con el término de reinversiones.
La mayoría de, los proyectos turísticos permiten agrupar su presupuesto en once apartados específicos que son: terreno; adecuaciones infraestructurales; edificaciones; equipo; mobiliario y decoración; instalaciones especiales; blancos y lencería; gastos preoperatorios; capital de trabajo; gastos financieros de pre-operación; e imprevistos.

2. <u>Calendario de inversiones</u>

El calendario de inversiones junto con el programa de obras no solo representa un instrumento técnico fundamental para el proceso de evaluación y el cálculo de rentabilidad, sino que además es prácticamente indispensable para la negociación y obtención de créditos.

3. Estructura de capital

Se denomina estructura del capital a la forma como se distribuye la inversión total de un proyecto entre sus posibles orígenes financieros, clasificándose inicialmente en dos grandes rubros, aportación propia o de riesgo y participación de crédito.

4. Pronóstico de ingresos

Una vez que el proyecto llega a la etapa de estudio financiero, ya se tendrá definidos los tipos de bienes y servicios que podrá en el mercado la futura empresa, así como los márgenes por considerar en materia de precios y tarifas, al igual que los volúmenes previstos de la demanda por captar, sea en la forma de porcentaje de ocupación o en cualquier otra medida.

5. Análisis sobre la posición financiera esperada

Con los elementos financieros descritos hasta el momento estaríamos en condiciones de analizar a lo largo del tiempo, la posición financiera que deberá alcanzar la empresa, así como sus rendimientos operacionales, su capacidad de endeudamiento y sus expectativas de recuperación.

6. Sistema de punto de equilibrio

Se conoce como punto de equilibrio al nivel de actividad y ventas en el cual los ingresos de una empresa se igualan a sus costos y gastos totales. Será por lo tanto aquél donde no se registren ni perdidas ni ganancias”.

I. EVALUACIÓN FINANCIERA

La información generada por los estudios de mercado, técnico y financiero se analiza con el propósito de definir el monto de las inversiones de capital necesaria para implementar el proyecto; asimismo, el resultado de dicho análisis se incorpora a las proyecciones del flujo de efectivo. (OCAMPO, E. 2003)

1. Valor Presente Neto VAN

El método de valor presente neto consiste en elegir la mejor entre un grupo de opciones mutuamente excluyentes, convirtiendo en flujo de efectivo en unidades comparables equivalentes. (OCAMPO, E. 2003)
El valor actual neto, vienen determinado por la suma de los cash flow esperados, actualizados todos ellos con la tasa del costo de capital del inversor. (VELASTEGUI, H. 2002).

2. Tasa de Rendimiento Interna TIR

La tasa interna de rentabilidad, viene determinada por aquel factor de descuento que iguala el VAN a cero. Aunque es una de las medidas más utilizadas como indicador de rentabilidad de las inversiones, adolece de varios defectos, el más significativo el hecho de que es una medida interna que supone que los flujos de caja positivos se reinvierten al tipo de la propia tasa, y que los flujos negativos se financian al mismo costo de la tasa. (VELASTEGUI, H. 2002)

3. Relación Beneficio / Costo

La relación beneficio costo de un proyecto a una tasa de interés i es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés i entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés. (ARBOLEDA, G. 1998)

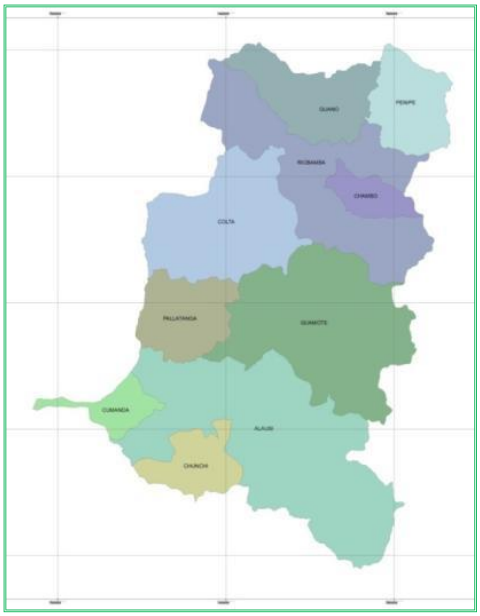
IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La provincia de Chimborazo conocida como la Provincia de las Altas Cumbres se ubica en la el centro del Callejón Interandino, extendiéndose sobre la hoya del Chambo, la región montañosa de Pallatanga y parte de la hoya del Chanchán.

2. Limita:



Norte: Provincia de Tungurahua
Sur: Provincia de Cañar
Este: Provincia de Morona Santiago y
Oeste: Guayas y Bolívar

3. Ubicación geográfica

Latitud: S. 1º27'
Longitud: 0 78°15'
Altitud: 2780 msnm
Punto más alto 6310msnm, punto más bajo 1900.

4. Clasificación ecológica

Según la clasificación de zonas ecológicas de HOLDRIGE (1967). En la provincia existe: bosque seco Montano Bajo (bsMb), bosque húmedo Montano bajo (bhMb) y estepa espinosa Montano bajo (eeMb).

5. Características climáticas

a. Clima

La temperatura oscila entre los 6ºC a 20º C, con una temperatura promedio anual de 13ºC.

b. Orografía

Esta provincia contempla una serie de cadenas montañosas que unen los ramales principales de la Cordillera de los Andes. Destaca el nudo de Tiocajas, de las hoyas de Chambo y Chanchán. Las elevaciones importantes son el Chimborazo, el Carihuayrazo, el Altar, entre otras.

c. Hidrografía

El principal sistema hidrográfico lo constituye el río Chambo y sus afluentes, los ríos Guamote, Chibunga, Guano, Sicalpa, San Juan y Blanco. Al sur está la hoya del río Chanchán con sus afluentes, los ríos Guasuntos, Sibambe y Chuchi que desemboca en el río Chimbo.

6. Materiales y Equipos

a. Materiales

- Libreta de campo
- Esferos
- Marcadores
- Hojas de papel bond
- Carpetas
- Cinta adhesiva
- Cds
- Papelotes
- Grabadora de mano

b. Equipos

- Computadora
- Impresora
- Gps
- Cámara digital

B. METODOLOGÍA

El presente trabajo combina la investigación bibliográfica y la investigación participativa en el campo, se aplica el análisis crítico y comparativo, procesos conjuntos que logran el cumplimiento de los objetivos de la siguiente manera:

1. Caracterizar los PPA de la provincia de Chimborazo

Para el cumplimiento de este objetivo se aplicaron técnicas participativas mediante talleres y se revisaron fuentes bibliográficas secundarias referentes a los aspectos: agrícolas, patrimoniales y turísticos, la información obtenida fue sistematizada en una ficha técnica de cada producto de importancia patrimonial de acuerdo al estudio realizado por la ESPOCH (2012) para la identificación de dichos productos. Cada ficha cuenta con los siguientes componentes:

a. Características generales de los productos: (localización, variedades, datos históricos relevantes, valor nutricional.)
b. Características agrícolas: (forma ancestral de cultivar y descripción de procesos.)
c. Características culturales alrededor del producto (Prácticas culturales.)

2. Evaluar la potencialidad del territorio para uso turístico de los PPA

a. Evaluación del potencial del territorio

1) Análisis situacional

Este análisis permitió conocer la realidad de la zona seleccionada para el estudio y su problemática, los aspectos que se trabajaron son los siguientes:

a) Físico Espacial.- división política, límites, vías de acceso, infraestructura básica.
b) Político Administrativo.- organización, mapeo de actores involucrados en el desarrollo.

c) Ecológico Ambiental.- clima, paisaje, clasificación ecológica, usos del suelo, descripción de flora y fauna, hidrología, problemas ambientales
d) Socio cultural.- etnicidad, idioma, servicios de educación, salud, seguridad y vivienda.
e) Económico Productivo.- referente a las principales fuentes de ingresos y su relación con el turismo y la producción agrícola.
f) Turístico.- planta turística, actividades, atractivos. Para el inventario de los atractivos se tomó como fuente de información los registros de inventarios a nivel provincial existentes en el MINTUR y en el INPC, los resultados están presentados en dos matrices de resumen.

b. Potencialidad turística del producto agrícola

Para evaluar la potencialidad turística de los PPA se elaboró una herramienta metodológica de valoración y jerarquización. En el proceso se incluyen criterios de cuantificación y cualificación que permitieron la selección de productos y valoración del área de incidencia del producto en relación a la potencialidad para la práctica del turismo. La estructura responde a la combinación de las siguientes metodologías y criterios:

- ✓ Metodología para inventario y caracterización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo MINTUR (2004). Metodología de clasificación, evaluación y jerarquización de atractivos basada en la información de todos los aspectos relacionados al atractivo, Procesos que se consideran como ejemplo para evaluar a los PPA y al territorio.
- ✓ Metodología de Revalorización de la Sabiduría de los Pueblos Indígenas Originarios de los Andes AGRUCO (2005). Hace énfasis en el desarrollo sostenible a partir de conocimientos y prácticas ancestrales respetuosas con el ambiente y la cultura mediante el uso de técnicas apropiadas para trabajar con organizaciones de base.
- ✓ Metodología del marco internacional para salvaguardar el patrimonio cultural de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2012). De acuerdo a la normativa Patrimonial de los países miembros a través de sus diferentes organismos. Para el Ecuador el INPC.
- ✓ Instructivo para la normalización del fondo del patrimonio material e inmaterial del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural INPC (2010). Esta metodología proporciona el

proceso para el registro y sistematización de aspectos relacionados al atractivo en torno al valor simbólico de las manifestaciones y representaciones culturales.

- ✓ Metodología de Revitalización Cultural propuesta por Víctor Hugo Torres (1994). Basado en el principio participativo y de fortalecimiento cultural de forma que se identifiquen y solucionen problemas que afectan a la cultura, induce a encontrar, inventariar y valorar bienes y atractivos culturales que puedan quedar en el olvido. Induce a basarse en la identidad de los pueblos.

Las fichas de caracterización de cada producto permiten determinar el grado de potencialidad, en base experiencias y prácticas culturales locales.

c. Estudio de mercado

1) Análisis de la demanda

a) Segmento de mercado

Los segmentos del mercado con los que se trabajó fueron turistas nacionales y turistas extranjeros, tomando como universo de estudio al total de turistas que llegaron a la provincia en el año 2012 correspondiente a 51.844 turistas.

b) Muestra

Para el cálculo de la muestras se aplicó la fórmula de Canavos (1998), mediante la técnica de muestreo aleatorio. Cuya fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{N \text{ x } p \text{ x } q}{(N-1)(e/z)^2 + (p \text{ x } q)}$$

N = universo
n = tamaño de muestra
p = probabilidad de éxito = 0.5
q = probabilidad de fracaso = 0.5
p.q = probabilidad de ocurrencia, fenómeno = 0.25
e = margen de error +- 10%
k = constante de corrección = 2

c) Perfil del turista

El perfil del turista fue obtenido de la aplicación de encuestas referente a preferencias y disponibilidades para el turismo en nuestro país, se determinó también las actividades y servicios alrededor de los productos patrimoniales agrícolas.

2) Análisis de la oferta

La oferta se determinó a partir del diagnóstico situacional de la provincia en los diferentes ámbitos de análisis: Físico Espacial, Socio Cultural, Ecológico Territorial, Económico Productivo, Político administrativo y Turístico. Se consideraron también aspectos de preferencias por parte de los visitantes a través de la información obtenida en el estudio de mercado, identificación de ofertas relacionadas en la provincia y el país.

3) Confrontación oferta demanda

a) Proyección de la demanda y oferta

Para el cálculo de la demanda potencial se utilizó la fórmula del incremento compuesto Cn = Co (1+i)n, teniendo en cuenta el Índice de Crecimiento Anual (ICA) de los turistas que arriban a la provincia según Meza. J (2008), proyectada a 5 años.

Cn = Co (1+i)n

Dónde: Cn= Número de clientes
Co= Universo
I = Índice del crecimiento turístico

b) Demanda insatisfecha proyectada

Se obtuvo mediante la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta de la competencia proyectada.

3. Diseñar técnicamente el producto

a. Diseño técnico de la oferta

Una vez identificados y categorizados los productos agrícolas y las facilidades para el desarrollo del turismo se procedió a estructurar técnicamente una ruta que integra los sitios definidos como potenciales para desarrollar actividades turísticas de acuerdo a la metodología del MINTUR (2008) aplicada en la Ruta del Agua;

Las rutas integran comunidades agrícolas que aplican procesos tradicionales de cultivo amigables con el ambiente, en la mayoría de los casos se desarrollan prácticas orgánicas de cultivos y diversificación de los mismos evidenciando la importancia social tras los Productos Patrimoniales Agrícolas. Es posible evidenciar la identidad cultural en cada expresión de la gente en la producción agrícola y en actividades cotidianas lo cual genera otras opciones de viaje en la provincia.

b. Elaboración de estrategia de comercialización

Se proponen estrategias del Marketing Mix (plaza. producto, precio, promoción) para su posterior aplicación, tomando en cuenta las exigencias, los valores diferenciales, los canales de comercialización y la posibilidad de posicionamiento del Producto Patrimonial Agrícolas en el mercado.

c. Elaboración del estudio legal y administrativo del producto

Partiendo de las condiciones expuestas en la Constitución Política del Ecuador, Ley del Régimen Municipal, Reglamento General de las Actividades Turísticas del MINTUR para la operación de turismo se determinó la estructura legal, administrativa y orgánica a la cual
Se deberán sujetar en forma específica las comunidades que se motiven por operar el producto turístico. En consecuencia se propone un marco de constitución legal amparado en el COOTAD y la Ley de Economía Social y Solidaria.

d. Evaluación ambiental y socio cultural.

Para medir el impacto ambiental que pueda generar el PPA al momento de la operación se aplicó la matriz de Leopold donde se identifican las causas y efectos de la actividad turística con la finalidad de evaluar los impactos de tipo biológico, socio cultural, económico y otros para tomar medidas de mitigación de impactos.

e. Determinar la viabilidad económica

Se determinaron las inversiones requeridas para el funcionamiento de una Asociación de Turismo Comunitario y otros rubros en torno a los cuales se debe constituir la asociación y en torno a los cuales será posible operar. Para determinar la viabilidad económica se trabajó en un análisis de:

- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- Calculo de depreciaciones y amortizaciones
- Presupuesto de costos y gastos
- Costo e ingresos
- Estado de resultado
- Flujo de caja del proyecto

f. Análisis financiero

Se realizó el análisis financiero para medir la capacidad de la asociación para cumplir las obligaciones de funcionamiento y operación y saber si el PPA genera un flujo de caja que le permita cubrir la inversión, por ello se calculó el Valor Actual Neto (VAN) a través de un análisis del flujo de fondos para determinar la posibilidad de financiamiento e iniciar la operación.

Para verificar la rentabilidad del capital se calculó la Tasa Interna de Retorno (TIR) a través de la relación costo – beneficio, obteniendo así un valor que determina si el proyecto genera una relación de ganancia.

V. RESULTADOS

A. CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS.

La caracterización de los Productos Patrimoniales Agrícolas motivo de estudio se presentan a continuación en una ficha propuesta para el análisis donde se describe a cada producto de acuerdo a aspectos agrícola- productivo, patrimonial y turístico en torno a los cuales se diseñó el producto turístico provincial, cada ficha constituye la descripción cualitativa de los aspectos a ser evaluados. (Ver anexo 1)

Ficha No. 1: Amaranto

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 001

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Amaranto

1.6 Nombre científico: *Amaranthus spp*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Guano	Miraflores, Valparaíso, Jerónimo Carrión
Colta	Santiago de Quito
Chunchi	Gonzol
Alausí	Palmira
Riobamba	San Luis

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[1]

3.1 Zonas de cultivo: El INIAP señala al amaranto como cultivo propio de la zona de Bosque Húmedo Montano (bh-M); Piso Montano.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: La temperatura óptima es de 15 a 20° centígrados, a una altura sobre el nivel del mar de 0 a 2.800 m, precipitación promedio de 400 a 600 mm, Ph de 6.2 y 7.8 en suelo franco y orgánico.

3.3 Reseña histórica: Su nombre viene del griego *Amaranthus*, (*que no se marchita)*, originario de América, con evidencias arqueológicas que los Incas lo utilizaban desde hace 4.000 años junto al maíz y la quinua. El cultivo del amaranto o "huautli" en América, se remonta a más de siete mil años. Algunos autores afirman que los Mayas serían los primeros en cultivarlo y que luego poco a poco lo fueron haciendo Aztecas e Incas. Los españoles prohibieron su cultivo por el uso en rituales. La palabra amaranto se empieza a escribir en la agricultura del país a partir de 1982 cuando el INAIP inició la formación del banco de germoplasma de los cultivos andinos de Ecuador y otros países como en el Cuzco con 270 ecotipos recolectados entre 1981-1982 en Ecuador.

3.4Origen: Nativo

3.5 Variedades: Especies imbabura, pichincha, illiniza, antisana, chimborazo y buerán. tunkahuan e ingapirca, variedades del INIAP.

3.6 Datos de producción.- La producción aproximada es de 40 qq/ha.

3.7 Prácticas de manejo a nivel provincial: El estudio de productos patrimoniales realizados por la ESPOCH lo identifica como producto medianamente sostenible[2].

---

[1]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010

[2]:ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

3.8 Valor nutricional: El valor nutritivo del amaranto es parecido al de la quinua, con un alto contenido de aminoácidos esenciales.
El amaranto tiene la ventaja frente la quinua de no contener saponinas, por lo que no requiere del proceso de saponificación y no representa un riesgo para el consumo ni para el medio ambiente.

Componentes	Contenido
Proteína	12 - 19 gramos
Carbohidratos	71.8 gramos
Lípidos	6.1 – 8.1 gramos
Fibra	3.5 – 5.0 gramos
Cenizas	3.0 – 3.3 gramos
Energía	391 kcal
Calcio	130 - 164 miligramos
Fósforo	530 miligramos
Potasio	800 miligramos
Vitamina C	1.5 Miligramos

Fuente: Suquilanda,M. (2012) Manual de Producción Orgánica de productos Andinos

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Para el cultivo de amaranto no se requiere de suelos con una alta fertilidad, se recomienda que la preparación del suelo sea lo más eficiente posible, ya que el tamaño reducido de la semilla requiere de una buena cama de semillas y se efectúe entre el tercer día de luna menguante y el tercer día de luna nueva para evitar la posterior presencia de plagas en el cultivo.

El Arado criollo se realiza halado por una yunta de bueyes o por tracción mecánica pasando el cincel a una profundidad de 20 centímetros para aflojar el suelo sin alterar sus horizontes, también para enterrar las malezas.

Se debe hacer surcos distanciados entre 60 a 80 centímetros entre sí, siguiendo la curva de nivel del terreno, se puede hacer en forma manual con herramientas de labranza, con una yunta o utilizando una surcadora (mecánica). Se recomiendan por lo menos dos deshierbas durante el ciclo del cultivo, a los 40 a 45 de y 60-70 después de la siembra en noche oscura, luego el follaje del cultivo cubrirá el suelo repeliendo emergencia de las malezas de manera natural.

El riego se recomienda a través de surcos especialmente en los primeros 30 días a partir de la emergencia y posteriormente en la etapa de floración, formación de la panoja y llenado del grano. La cantidad mínima de agua requerida para producir amaranto, es de 4000 a 6000 m3 de agua/ciclo/ha; se considera que el amaranto al igual que la quinua es capaz de soportar, severos períodos de falta de humedad. Es importante también realizar el aporque para evitar que se enraíce y se caiga fácilmente por el peso excesivo de la panoja la planta cuando las plántulas alcancen los 40-50 cm, o a los 80-100 días después de la siembra.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO

5.1Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de siembra incluyen el observar las atapas de la luna, se recomiendan sembrar en luna tierna y no llena para que no se púdrala planta.

5.1.2 Usos medicinales:

- Se utilizan las inflorescencias por su carácter medicinal en la elaboración de horchatas y "aguas de purgas" que tienen carácter diurético.
- En la industria se utiliza el amaranto para obtener colorantes vegetales principalmente "amarantina" que se utiliza para la coloración de alimentos dando colores sumamente vistosos y agradables a la vista y de sabor característico.
- Para ulceraciones bucales, es recomendable que se realicen lavados y gargarismos con una infusión de las hojas del amaranto, dos veces al día.
- Realizar lavados vaginales en caso de leucorrea (flujo inflamatorio vaginal). Lo más adecuado es realizar lavados externos con una infusión de hojas de la planta.
- Para la diabetes, ayuda a estabilizar los niveles de glucosa en el organismo.
- Evita la caída del cabello, se extrae el zumo de las hojas y se aplica sobre el cabello.

5.1.3 Gastronomía: Se usa el grano entero tostado, reventada o cocido molido en forma de harinas; las hojas tiernas en reemplazo de las hortalizas de hoja; con los granos enteros o molidos se puede preparar sopas, postres, papillas, tortas, budines, bebidas refrescantes y otros; los granos reventados se consumen mezclados con miel de abejas, miel de caña o chocolate, dándole diferentes formas en moldes de madera o metálicos a las que se conoce como turrones o complementos nutricionales.

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: Cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra o hacer cualquier actividad en la tierra, porque se amarillan las plantas y los productos se hacen pequeños.

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.**
5.3.2 Fiestas: Se consume en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones.
5.3.3 Cánticos: No se registra.
5.3.4 Ritos: Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincia: En la memoria[3]
5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso). Muy escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

Ficha No. 2: Arveja

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 002

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Arveja

1.6 Nombre científico: *Pisum sativum*

2 LOCALIZACIÓN

Cantones	Localidad
Riobamba	Sectores de Calpi UODIC
Guano	Achullay
Alausí	Pumallacta
Colta	Gatazo, Rumicruz

3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO [4]

3.1 Zonas de cultivo: La arveja se cultiva mejor en zonas altas del callejón interandino en Bosque Húmedo Montano (bh-M) Piso Montano.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: Se desarrolla a una temperatura optima de 12 a 18 °C, a una altura de 1800 a 3000msnm, precipitación promedio de 400 a 600mm, su cultivo es apto en suelos de franco arenosos y un Ph de5.6 a 7.5

3.3 Reseña histórica: Es una especie de vegetal utilizada desde épocas remotas en la alimentación humana y animal, se han encontrado restos fosilizados de guisantes en yacimientos arqueológicos del Próximo Oriente que datan de hace casi 10.000 años. Las especies cultivables aparecieron relativamente poco después del trigo y la cebada, por lo que se supone que ya se cultivaban hacia el 7800 a. C. En el 2000 a. C. su cultivo se había extendido por Europa y hacia el este a la India, aunque hasta el siglo XVI solo se usaba en grano seco o como forraje. A partir de ese momento, empezó a usarse también el grano limpio.

Es desconocido el origen exacto de esta planta, pero se cree que fue en Asia Central, Asia Menor, la Cuenca del Mediterráneo o Etiopía. Según estudios realizados por el INIAP, la producción de arveja en el Ecuador está concentrada en las provincias de Carchi, Imbabura,

[3]ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos agrícolas de Importancia Patrimonial.

[4]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas

Pichincha, Chimborazo, Bolívar, Azuay, Cañar, Loja.
3.4 Origen: Introducido.
3.5 Variedades: Especie Andina, Lejanita, Roxana, Esmeralda, Blanquita. (INIAP 431-435)
3.6 Datos de producción.- grano seco alrededor de 1400 kg/ha frente al promedio de los testigos (experimentación) de 897 kg/ha.
3.7 Prácticas de manejo a nivel provincial: Poco sostenible.[5]

3.8 Valor nutricional: Es rica en Calcio, Fósforo, Hierro y vitaminas A, B y C.

Composición (100 gramos)	Contenido	
	Arveja verde	**Arveja seca**
Agua	67,40	12,40
Proteína	8,20	23,90
Grasa	0,30	0,80
Carbohidratos	21,10	54,00
Fibra	3,00	6,50
Cenizas	1,00	2,40

4 CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

El terreno debe desmenuzarse bien, con suelto basta una labor de arada y rastrada para destruir las malas hierbas; sin embargo durante esta labor se va recogiendo las malezas del sitio donde se va a sembrar a fin de dejar limpio. Es recomendable la fertilización orgánica (descompuesta). Se realizarán surcos a una distancias entre de 60 a 70 cm sembrando a chorro continuo, depositando de 20 a 25 semillas por metro lineal.

Se recomienda rotar con cereales (maíz, trigo, cebada, quinua, avena, etc.) para evitar pudriciones de la raíz causadas por hongos del suelo. En zonas con alta presencia de malezas se recomienda aplicar herbicidas de pre emergencia en dosis comerciales, aplicando en suelo húmedo y no más de tres días después de la siembra. Cuando la aplicación del herbicida es correcta, el cultivo permanece limpio hasta antes de la floración. De existir exceso de lluvia en suelos pesados, la acción del herbicida es menos efectiva y se debería realizar un rascadillo en forma manual. La arveja es un producto de secano no tolera los excesos de agua porque se puede pudrir la raíz y perder el cultivo.

La cosecha del grano verde o tierno se realiza en forma manual y las vainas se cosechan cuando están completamente verdes y bien desarrollados, antes de que cambien de color, se efectúan dos cosechas por lo menos. Para grano seco y semilla; la cosecha se inicia cuando las plantas presentan amarillamiento (secamiento de vainas) arrancando las plantas para hacer parvas, secar al sol y proceder a la trilla. La cosecha en verde se realiza a los 100 a110 días y en seco a los 125 a 135 días, dependiendo de la variedad.

5 CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos ancestrales de siembra incluyen el observar las atapas de la luna, las prácticas más usuales están entorno a la predicción del tiempo para

[5] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial

descifrar cuál será el comportamiento de la planta y su estado, algunas de las frases que suelen decir quienes cultivan son: "cuando los pajaritos vienen porque viene la lluvia". "cuando la noche está bien estrellada todos saben que al día siguiente va a caer la helada, que saldrá el sol y se van a quemar los cultivos, "cuando hay bastantes catzos significa que el invierno va ser largo, cuando cantan los mirlos es seña que viene el verano, miramos el Puñay y si hay un nube encima es porque va a llover", también para la siembra se fijan el ciclo lunar y poder sembrar o deshierbar.

5.1.2 Usos medicinales.- Se realiza infusión de la flor de arveja para evitar la fiebre y/o se le pone trago para bañarlos, las hojas se usan para las heridas por que son cicatrizantes, la flor de arveja junto a la flor de nabo y la del haba hervida ayudan a disminuir la fiebre.

5.1.3 Gastronomía: Las comidas cotidianas que usan el producto son: mote con arveja y lenteja, sopas, harina de arveja, colada de sal, cariucho con vaina, arveja mote (tostada y cocinada).

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: Cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra o hacer cualquier actividad en la tierra, porque se amarillan las plantas y los productos se hacen pequeños.

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.**
5.3.2 Fiestas: se consume en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones. En Palacio Real en honor al arcángel San Miguel se realizan una misa en el mes de septiembre con baile general, el padre contrata bandas y se hace procesión en las que ser adornar el altar con productos como la arveja.
5.3.3 Cánticos: No se registra.
5.3.4 Ritos: Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vulnerable.[6]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Frecuente

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[6]ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos agrícolas de Importancia Patrimonial.

Ficha No.3: Cebada

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 003

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Cebada

1.6 Nombre científico: *Hordeum vulgare*

2. LOCALIZACIÓN

Cantones	Localidad
Guano	San Andrés la Matriz
Colta	Columbe, Juan de Velazco, Santiago de Quito
Guamote	Cebadas
Chunchi	Gonzol
Alausí	Pistishí, Pumallacta

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[7]

3.1 Zonas de cultivo: Apto en la Región Interandina, de preferencia se encuentra en la zona de Bosque Húmedo Montano (bh-M); Piso Montano.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: Para germinar necesita una temperatura mínima de 6ºC. Florece a los 16ºC y madura a los 20ºC. Tolera muy bien las bajas temperaturas, ya que puede llegar a soportar hasta -10ºC, se cultiva a una atura de 2500 a 3300 msnm., la precipitación optima es de 400-600mm, Ph de 6.5 a 7.5 y suelo franco o franco arenoso (prefiere tierras fértiles, pero puede tener buenas producciones en suelos poco profundos y pedregosos).

3.3 Reseña histórica: Se supone procede de dos centros de origen situados en el Sudeste de Asia y África septentrional, además que fue una de las primeras plantas domesticadas al comienzo de la agricultura. Al Ecuador fue introducido por los españoles.

En el Ecuador la superficie sembrada con cebada supera las 48 mil hectáreas distribuidas en todas las provincias de la sierra. Chimborazo, Cotopaxi, Pichincha e Imbabura son las provincias de mayor producción del grano. No hay registros de este cultivo en pueblos ancestrales del Ecuador, ni existen datos históricos del cultivo en la provincia.

3.4 Origen: Introducido

3.5 Variedades: Identificadas con norma INEN**:** Shyri, espiga de 2 hileras; atahualpa, calicuchima, espiga de 6 hileras. (INIAP)

3.6 Datos de producción.- Puede alcanzar hasta 2 t/ha, mientras que con un manejo convencional y dependiendo de un manejo sustentable está entre 2.5 a 4.5 t/ha.

3.7 Prácticas de manejo a nivel provincial: Medianamente sostenible.[8]

---

[7]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas

3.6 Valor nutricional: alto contenido nutricional:

Composición	Contenido
Humedad	12,0-13,0 %
Carbohidratos	65,0-72,0%
Proteína	10,0-11,0%
Grasa	1,5-2,5%
Fibra	2,5-4,5%
Ceniza	2,0-3,0%

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Para cultivar cebada previo al arado se aplica abono orgánico proveniente de los animales que se crían en las casas y en las chacras comunitarias, se siembra a mano en el sistema denominado al voleo, aunque no es un sistema la distribución muy regular las semillas es tapada con tierra arrastrada por ramas cogidas de plantas silvestres o exóticas de la zona.
Por tradición lo único que hace es sembrar y regresar a la cosecha; pero determinados agricultores realizan una deshierba con la finalidad de recolectar hierba para sus animales domésticos, considerando que además el cultivo es de secano así que no necesita riego basta con esperar la época de lluvia.

La cosecha es manual con ayuda de la hoz cuando las plantas están casi secas, en algunos sitios a la voz del "Jaway" hacen cargas y se transportan a un espacio limpio sobre tierra donde realizan las parvas para que continúe su proceso de secamiento. A manera de minga se procede a la trilla golpeando las plantas con un palo (vara de madera) y/o utilizando caballos y/asnos que sujetados entre si son guiados por un agricultor a dar la vuelta en círculo sobre las plantas secas de cebada. Luego es venteada y se recoge el grano en saquillos de cabuya para ser transportado dentro de la vivienda y almacenado en trojes de esteras (mallas de totora), el cereal que sirve para consumo diario familiar.

Suelen almacenar el grano en hoyos (yatas) que se construían a una profundidad de 0,50 m por 1 m de diámetro en la tierra en forma de un medio círculo.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos ancestrales de siembra incluyen el observar las atapas de la luna, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras así como indicadores de los ciclos del cultivo: florecimiento, engrosamiento, coloración, entre otras.

5.1.2 Usos medicinales: Además de ser nutritiva la cebada tiene propiedades antiespasmódicas, algo astringente, digestiva y antifebril:

- Se utiliza para tratamiento de tos irritativa, digestiones pesadas, deficiencias en la secreción de jugos digestivos, irritaciones digestivas, enfermedades febriles. Combate el estreñimiento en general por su contenido en fibra, especialmente si se utiliza el grano entero.
- La horchata de cebada, que contiene almidón, resulta útil en el tratamiento de hidratación

[8] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial

de personas con vómitos y diarreas.

- Se usa para mejorar de retención de líquidos, ya que la cebada, al mismo tiempo que es refrescante hace orinar.
- La decocción en gargarismos se usa para desinflamar la garganta; en cataplasma se usa para tratar lumbago, condiloma, inflamación y tumores.
- Uso externo: Se utiliza la harina de cebada para mezclarla con otras hierbas para la preparación del cataplasma para aliviar la hinchazón causada por golpes.

5.1.3 Gastronomía: La gastronomía relacionada con la cebada es bastante amplia, pues este producto forma parte de alimentación diaria de las comunidades: en cuanto a la gastronomía cotidiana se encuentra:

- Machica, maqui machica, chapo, colada de machica con carne de borrego, colada de machica con cuy, colada de sal y de dulce machica con guineo, machica con capulí, machica con papas, machica con aceite y azúcar.
- Arroz de cebada
- Pinol

5.1.4 Gastronomía festiva:

- Chaguarmishqui con arroz de cebada dulce panela.
- Arroz de cebada con chancho, mote de cebada, chicha de cebada, chiwiles de dulce.

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.

5.2.2 Leyendas: Cuentan que Palacio Real

"Una señora que era viuda y no tenía como cuidar a sus hijos, por tanto se ha conseguido de marido a un ratón quien le traía plata para la comida y la señora le ha daba de comer cebada, y un día los hijos de la señora se dan cuenta del ratón y lo matan, por lo que la señora se enoja demasiado con los hijos y los manda fuera de la casa, ellos se van a la montaña se convierten en lobo, cóndor, y otros animales. Los hijos ahora animales por no desamparar a su mamá le iban a dejar comida a la casa, pero la madres se da cuanta y de lo enojada no les recibe la comida, entonces ellos se resienten y le dejan a la mamá que estaba con mucha hambre una lagartija muerta y un borrego dañado"

5.2.3 Historia local: No se registra.

5.2.4 Mitos: ***"****Dice que han estado trillando y ya se hacía tarde y no llegaba el viento, ni siquiera porque le silbaban, el viento estaba sentado atrás de un arbusto, y como no venía el mayordomo del terreno se había enojado con el viento y le ha pegado durísimo con unas ramas y el viento se ha enojado y le ha mandado un huracán en la trilla, y nunca más volvió el viento. Por eso no hay como enojarse con el viento sino solo despacito silbarle para que venga".*

"Buena suerte si sale del mismo tallo tres espigas" (Santa Fe de Galán)

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.** Mingas, makimañachi, intercambios con chochos capulí, naranjas y pan.

5.3.2 Fiestas: En fiestas de las comunidades se preparan alimentos para compartir que incluyen cebada: *"La fiesta de la cosecha en agosto se rota de comunidad en comunidad, cuando llega la fiesta todos llevan sus productos y hacen comida general"* Santa Fe de Galán.

5.3.3 Cánticos: Por tradición los antepasados mientras se realizaba la cosecha cantaban el jahuay (canto a la cosecha). El jahuay era una melodía especial compuesta por un conjunto de versos improvisados narrados por una persona escogida de entre los cortadores (cosechadores) a quien le daban el nombre de "paqui o paquidor", los versos eran respondidos por el resto de peones o mingueros.

Este Jaway comenzaba en la mañana con el inicio de la cosecha y continuaba durante el día, y era únicamente interrumpido por el tiempo empleado para el almuerzo, el canto terminaba por la tarde cuando se concluía la cosecha. En el transcurso del día y para mantener la fortaleza y no desmayar en el trabajo los/ as trabajadoras eran recompensadas con el "asuwa" chicha servida en "pilches".

Los cantos variaban según las horas del día; se iniciaban con el saludo al Padre Sol, por haber fertilizado los campos y haber hecho madurar las cementeras, así como a otras deidades y protectores; también saludaban a las personas presentes, y satirizaban (se burlaban) al patrón tacaño, al mayordomo, al caporal que con el acial en la espalda y montado a caballo recorría el campo de la cosecha. Además hacían mención al venado (*Hippocamelus antisiensis*), al gavilán (*Buteo poecilochrous*), a la mujer, etc.
El jahuay es una combinación de cánticos de la zona y otros lugares similares de la provincia de Chimborazo. (Ver Anexo2)

5.3.4 Ritos: Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vigente vulnerable.[9]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Abundante

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[9] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial

Ficha No. 4: Cebolla blanca

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 004

1.3 1.2 .Fecha: 26/05/2012

1.4 Elaborado por: Margarita Varela

1.5 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.6 Nombre vulgar: Cebolla Blanca

1.7 Nombre científico: *Allium fistulosum*

2. LOCALIZACIÓN

Cantones	Localidad
Riobamba	Calpi
Guano	Valparaíso, Ilapso, San José de Chazo, Santa Fe de Galán, San Andrés
Colta	Sicalpa
Guamote	Cebadas

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[10]

3.1 Zonas de cultivo: La cebolla blanca se cultiva mejor en Bosque espinoso pre montano y Bosque húmedo montano.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: se da desde zonas cálidas a zonas frías y altas, con mejor producción en la zona media fría a una temperatura promedio de 12 y 18 ºC, llegando a rangos extremos de 30 y 7ºC, a una altura de 2.500 a 3.300msnm, a una humedad promedio de entre 500, 1.000 y 1.500 mm anuales, Ph de 6 a 7, en suelo arcillosos y franco arenosos con textura liviana, profundo y rico en materia orgánica.

3.3 Reseña histórica: existen registros de que la producción evolucionaba con alta productividad en el año 1998 al 2003 alcanzando un aumento del 50 % en nuestro país.
El origen de la cebolla corresponde a Asia central y como centro secundario el Mediterráneo, pues es una de las especies antiguas, remontadas al 3200 aC donde fueron cultivadas por los egipcios en diferentes variedades.
La Cebolla Blanca llegó a América con los conquistadores y en Guamote se comenzó a cultivar en los años de 1950, desde esa década hasta hoy la cebolla es un cultivo importante en las zonas altas y frías de la región.
Actualmente se lo cultiva en: Pichincha, Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi, Azuay en los cantones: Guambaló, Izamba, Mocha Quero, Guamote, Colta, San Juan principalmente.

3.4 Origen: Introducido.
3.5 Variedades: en Ecuador presenta los tipos: "negra" en zonas altas y la "palma" en zonas bajas. En la provincia de Chimborazo se identifican las variedades de cebolla "Blanca y Roja" diferenciada por el color de su tallo; así como la cebolla "junca" e "imperial" siendo esta

[10]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas

ultima la más gruesa y con menor reproducción**.**

3.6 Datos de producción.- el rendimientos por hectárea aproximado es de 46 a 64 t/ha en Guamote el rendimiento por hectárea es de 600 a 800 cargas (35 lbs cada carga).[11]

3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Poco sostenible[12]

3.8 Valor nutricional: La cebolla contiene vitaminas: A, B, B1, B6, C y E. Esta última es un potente antioxidante, que evita la degeneración de las células del cuerpo. Tiene poderosas propiedades desintoxicantes, contrarresta el insomnio, la parte blanca contiene también calcio, acelera la circulación de la sangre y absorbe vitamina B1, lo que ayuda a reducir el estrés y la fatiga, interviene en la síntesis de bronco dilatadores, por lo que se le atribuyen propiedades antiasmáticas y expectorantes, estimula las secreciones de las enzimas gástricas, por lo que contribuye al proceso de la digestión.

Composición	Contenido	
Por cada 100gr de cebolla fresca	**Unidad de medida**	**Valor Nutricional**
Energía	Kcal	27
Agua	%	90
Hidratos de carbono	(g)	2,3
Fibra	(g)	1,6
Potasio	(mg)	180
Magnesio	(mg)	0,25
Calcio	(mg)	32
Vitamina	(mg)	2
Folatos	(mg)	27

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Es recomendable preparar el suelo a mano con azadón y para terrenos grandes con yunta, solo cuando se siembra se pone abono orgánico, se debe remover el suelo por lo menos dos veces, hasta que esté bien ñuto (suelto).

La semilla es obtenida de la misma producción, se sacan los hijuelos y se guardan hasta que maduren para la siembra, en algunos casos la semilla se compra para mejorar la producción, o cuando ésta no es buena. Se inicia con la selección de hijuelos, siempre pensando en las plantas de cebolla que tengan muchos macollos pequeños que son las ramas de la cebolla sin raíz para poder plantarlas. La mayor parte de pequeños productores de cebolla blanca en Chimborazo siembran mediante trasplante de hijuelos que salen de las plantas.

La siembra se realiza de dos formas:

1) Una trazando hileras en el guacho para poner el hijuelo de la cebolla en forma inclinada, dejando entre cada mata de 40 a 50 cm de separación, luego se tapa con el pie o azadón solo la raíz, de esta manera al mes se presentan los rebrotes.

2) La otra forma de siembra es con la ayuda de algún instrumento puntiagudo de madera, se hace el hoyo al borde del surco a la distancia establecida, donde se pone cada hijuelo y luego se tapa el hoyo.

Se riega con el agua de lluvia, generalmente la cebolla se siembra en las alturas de la serranía y por su naturaleza no necesita de agua de riego, únicamente para la siembra el suelo debe

[11] PDOT Guamote 2012

[12] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial

estar húmedo, aspecto que lo toma en época de lluvias (marzo o abril). El proceso de cosecha es muy importante, se arranca desde la raíz, si la cebolla está lista para la cosecha se saca toda la mata, sino solo la parte que haya madurado.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los agricultores se fijan en las etapas de la luna para sembrar, una receta muy empleada para combatir los pulgones en las plantas es colocar la piel de tres cebollas (capas secas) y añadir un litro de agua hirviendo, se deja pasar un día al ambiente y se rocía las plantas.

5.1.2 Usos medicinales: Posee propiedades digestivas, excelente diurético que tiene una gran acción depurativa respecto a los cloruros y al nitrógeno, cocida tiene un efecto calmante y previene el mareo, combate eficazmente la gripe, las pulmonías y el resfrío común, ayuda a curar la tos. La infusión de la raíz de la cebolla blanca es buena para el cólico o el dolor de barriga, La cebolla con ajo y leche hervida hace que disminuya la tos y la flema. O se hace con jugo de limón y dos cucharadas de miel.

5.1.3 Gastronomía:
La cebolla blanca se utiliza como ingrediente indispensable para la preparación de todas las comidas, se encuentra en sopas, salsa de maní, picantes y en picadillos para molo. La cebolla blanca de consume en todas las fiestas comunitarias de la provincia Chimborazo en los platos típicos: papas con cuy, papas con cuero, hornado y caldo de gallina. Se utiliza como aderezo para todas las comidas, en todas las preparaciones.

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: Cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra o hacer cualquier actividad en la tierra, porque se amarillan las plantas y los productos se hacen pequeños

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**. "***mingas, makimañachi, intercambios con chochos capulí, naranjas y pan".*

5.3.2 Fiestas: En la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones para los platos a servirse. La cebolla blanca de consume en todas las fiestas comunitarias de la provincia Chimborazo en los platos típicos: papas con cuy, papas con cuero, hornado y caldo de gallina

5.3.3 Cánticos: No se registra.
5.3.4 Ritos: En algunas localidades mantienen prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras. También el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: En relación a la cebolla blanca no se han registrado.
5.4.2 Técnicas constructivas: En relación a la cebolla blanca no se han registrado.

5.5 Vigencia provincial: Vulnerable[13]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso.

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

Ficha No.5: Cebolla colorada

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 005
1.2 Fecha: 26/05/2012
1.3 Elaborado por: Margarita Varela
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa
1.5 Nombre vulgar: Cebolla colorada
1.6 Nombre científico: *Allium cepa*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Riobamba	Licto, Pungalá, San Luis
Guano	Santa Fe de Galán, San Andrés
Colta	Sicalpa
Guamote	Cebadas

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[14]

3.1 Zonas de cultivo: valles cálidos de la Región Interandina, en el trópico seco de la Región Litoral. Sin embargo este cultivo se, encuentra básicamente en la zona de Bosque Húmedo Montano Bajo (bh-MB) Piso Montano Bajo.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: Temperatura de 20 a 30ºC, a una altura de 1800 a 2200msnm y también a nivel del mar, precipitación promedio menor de 500 mm con disponibilidad de riego.

3.3 Reseña histórica: La cebolla de bulbo es originaria de Persia, Paquistán, Asia Central y Occidental. Según algunos botánicos la cebolla ha sido utilizada desde la época de los egipcios considerado por ellos como un alimento popular encontrándose en tumbas y excavaciones desde la primera y segunda dinastía egipcia los que data del año 3.200 A.C. a 2780 A.C. En la emigración de los judíos a Egipto el alimento principal en su alimentación

[13] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012
[14] INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas

era la cebolla y el ajo. Los colonizadores americanos especialmente españoles y portugueses trajeron semillas de cebolla y ajo introduciéndolo en América.

En el Ecuador se cultiva en climas frescos o templados principalmente en la provincia de Tungurahua en la provincia de Chimborazo las principales parroquias productoras son: Sabañag e Ilapo, San Luis, Gatazo, Sicalpa, San Juan, Columbe y Pungalá.

3.4 Origen: Introducido.
3.5 Variedades: Cebolla perla: lara, pegasos, yellow granes, don víctor, nikita, linda vista; cebolla roja: (linda rosa, río bravo, entre otras. Este tipo de cebollas tienden mercado en colombia, estados unidos y mercado local; la especie allium cepa l. según jones & mann (1965) se divide en 3 grupos: *typsicum, proliferum y agregatum*; a este último pertenece la "cebolla paiteña".
3.6 Datos de producción.- el rendimientos por hectárea aproximado 30 a 45 T/ha
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Insostenible

3.8 Valor nutricional: La cebolla colorada contiene:

Composición 100gr de cebolla fresca	Contenido
Calorías	38 kcal
Lípidos	0.16 gr
(K) Potasio	157 mg
Agua	89gr
Azufre	70 mg
Hidratos de carbono	8.6 gr
Fibra	1.8 gr
Argentina	0.156 g
Lisina	0.055 g
Calcio	20 mg
Vitamina C	6.4 mg
Vitamina E	0.26 mg
Vitamina B6	0.118 mg
Ácido fólico	19 mg

FUENTE: Alimentación-Sana.org

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Se prepara el suelo con yunta, se acostumbra a dejar a los animales en la parcela para realizar el movimiento de la tierra con los pisoteos y el abonamiento con sus eses y con la majada de los animales de granja (cuyes, gallinas, ovejas, ganado). Generalmente se siembra en las partes altas.
La semillas de la cebolla colorada se la deja secar en lugares frescos hasta el momento de la nueva plantación, se siembran en pequeños guachos cercanos a la casa…*"sembrábamos solo para la comida cerca de la casa, con poco de abono y no había que hacer mucho trabajo".[Licto]*

Los procesos se realizaban de forma natural con cuidados y amor a la tierra. Para el deshierbe o aporques se ayudaban de azadón, herramienta que facilitaba el movimiento de la tierra para cubrir el crecimiento de las raíces de la planta y que tenga soporte para su desarrollo. El cultivo de cebolla colorada no requería ningún tipo de curación, fumigación ni fertilizantes.

El agua es indispensable para el cultivo de la cebolla colorada, el suelo y subsuelo necesitan de este recurso para el crecimiento de la planta. Por la calidad de terreno y condiciones medioambientales favorables, la cebolla colorada (paiteña) no requería riego, bastaba con la humedad relativa del ambiente; por otro lado se sembraban en suelos donde la capa arable disponía de suelos negros, cuando empiezan a secarse las hojas es importante que se arranca desde la raíz, si la cebolla está lista para la cosecha se saca toda la mata y se deja que se seque bien en el suelo, para luego recoger y seleccionar bulbos para semilla y para la venta.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los agricultores fijan en las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.

5.1.2 Usos medicinales: La cebolla estimula el apetito y regulariza las funciones del estómago, es diurética, por lo tanto es un medio importante, depurativo del organismo. También es muy buena para todas las afecciones respiratorias, cuando se tiene tos, catarro, resfrío, gripe, bronquitis, si nos preparamos el jugo de una cebolla junto con el jugo de limón y dos cucharadas de miel y se toma caliente, es buena para el estreñimiento, antioxidante, protector hepático, como nutriente de importancia después del hierro, importante para el crecimiento físico, sistema reproductor, inmunológico. La cebolla tiene características digestivas, antialérgicas, para la osteoporosis, para picaduras de insectos, verrugas, loción capilar, sabañones.

5.1.3 Gastronomía: La cebolla sea encurtida, frita, rebozada, hervida, al horno o cruda es deliciosa y de fácil asimilación. Se recomienda comerla cruda, porque así conserva sus propiedades nutricionales. En nuestra provincia se lo utiliza diariamente de preferencia en; refritos como condimento, ensaladas, ceviches, encebollados con mariscos y los encurtidos (Chiriucho), constituyéndose en un producto de la canasta básica familiar

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: Cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra o hacer cualquier actividad en la tierra, porque se amarillan las plantas y los productos se hacen pequeños.

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**. "***mingas, makimañachi, intercambios con chochos capulí, naranjas y pan".*

5.3.2 Fiestas: La cebolla se consume en todas las comidas comunitarias de la provincia Chimborazo, sobre todo en platos típicos como ensalada.
5.3.3 Canticos: No se registra.
5.3.4 Ritos: Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vulnerable[15]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

Ficha No.6: Chocho

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 006
1.2 Fecha: 26/05/2012
1.3 Elaborado por: Margarita Varela
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa
1.5 Nombre vulgar: Chocho
1.6 Nombre científico: *Lupinus mutabilis Sweet*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Guamote	En todo el cantón se siembra.
Alausí	Sevilla
Colta	Rumicruz
Riobamba	Calpi
Guano	Santa Fe de Galán, Valparaíso

También se encuentra en las provincias de: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Chimborazo, Cañar, Cuenca, Loja.

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[16]

3.1 Zonas de cultivo: Zonas altas del Callejón Interandino, básicamente en la zona de Bosque Húmedo Montano (bh-M); Piso Montano

3.2 Condiciones climáticas y de producción: Temperatura apropiada entre 7 y 14° C. tolera nubosidad, sequía y temperaturas heladas, la altura adecuada para el cultivo es entre 2000 y 3800snm a una precipitación promedio de 700 a 1000mm en el ciclo, es susceptible a excesos de humedad (> a 1000 mm anuales)y con Ph óptimo de 5.5 a 7,0.

3.3 Reseña historia: Se presume que existan mucho antes de la conquistas de los españoles y que su consumo era abundante similar al de la quinua, principalmente en la Cordillera de los Andes desde Colombia hasta el sur de Bolivia.

[15] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial
[16]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas

3.4 Origen: Nativo
3.5 Variedades: Según elINIAP son: Andino, guaranguito, blanco, muru y chocho haba.
3.6 Datos de producción.- el rendimientos por hectárea aproximado de la variedad mejorada es 14 quintales por hectárea, superior en un 21.1 % al rendimiento promedio de ecotipos locales.
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Medianamente sostenible.[17]

3.8 Valor nutricional: es una fuente valiosa de proteínas y grasa, sus contenidos de 14 a 24% y de 41 a 51% respectivamente (Gross et al., 1988) así como fuente de minerales y vitaminas: fósforo, hierro, riboflavina (Vitamina B2), niacina (Vitamina B3) y ácido ascórbico (Vitamina C, se conoce como la soya andina. Su consumo debe ser moderado por su contenido de alcaloides y otras substancias que pueden afectar la salud humana, combinado con cereales como la quinua o amaranto, es capaz de reunir las cualidades de la leche, la carne, el queso y el huevo.

Composición 100g	Contenidos
Proteína	44.3 gramos
Grasa	16.5 gramos
Carbohidratos	28.2 gramos
Fibra	7.1 gramos
Ceniza	3.3 gramos
Humedad	(%) 7.7 %

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

La preparación del suelo se efectúa entre el tercer día de luna menguante y el tercer día de luna nueva (novilunio o noche oscura) para evitar la posterior presencia de plagas en el cultivo. Se usa abono orgánico descompuesto, el cual dura cinco y seis años en la tierra, luego con yunta se araba la tierra para hacer hoyos con la mano en el suelo y realizar la siembra con el inicio de las lluvias, con semilla propia de cultivos de la temporada anterior, con variedades como el chocho haba, chocho blanco, blanco muru, chocho común.

En el manejo del cultivo se requiere deshierba a los tres meses y se cosecha desde los siete hasta máximo los doce meses. La curación de platas se hacía con la utilización de la ceniza de la cocina.

La cosecha de este cultivo, una vez alcanzada su madurez fisiológica y se encuentre seco, se debe realizar entre el tercer día de luna menguante y el tercer día de luna nueva (noche oscura). “Los granos tienen una mayor duración, tienen mejor sazón y son más resistentes al ataque de insectos y microorganismos”. La cosecha consiste en recoger las vainas a mano o con oz acorde va madurando el fruto y posteriormente las vainas son golpeadas para desprender los chochos. Este producto para su consumo requiere ser mojado, cocinarlo un poco y luego se desagua en agua corrida. Para el almacenamiento de este producto se hace en pajas o saquillos.

[17] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.

5.1.2 Usos medicinales: En algunas comunidades el chocho es utilizado para calmar algunas molestias corporales, se citan algunos usos: "*el agua donde se desagua el chocho sirve para curar el sarampión".* En Sevilla, "*se cocinaba la planta del chocho con marco para eliminar los hongos de los pies*".
La planta considerada como cálida tiene dos importantes principios activos: isoflavonoides (hormonas vegetales), y quinolizidinicos que pueden ser utilizados en la industria farmacéutica como la esparteína usada a modo de tónico cardíaco, antiespasmódico y sedante. Este contenido de alcaloides es el que lleva a la necesidad de desaguar el chocho antes de su consumo como alimento y a tener precauciones si se desea emplearlo con fines medicinales (puede tener algunas contraindicaciones y riesgos si no se tiene cuidado en cuanto a dosis y descripciones).

- Los chochos pueden combatir los parásitos, tomando de 6 a 10 semillas amargas en ayunas, con miel si se desea endulzar.
- Para el estreñimiento se puede tomar el cocimiento de 6 semillas.
- Para el reumatismo, artritis o gota se puede tomar diariamente en ayunas el agua de la maceración de 6 semillas molidas.
- En la provincia de Cotopaxi se lo usa como componente de una bebida para la tuberculosis.

5.1.3 Gastronomía: El chocho no forma parte de la dieta diaria de las comunidades, pese a que sobreviven de su producción, el consumo de este producto es casi nulo. Sin embargo en alguna localidades se consume en las siguientes preparaciones: *Chochos con tostado, cebiche de chochos.*

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: Sobre el chocho relatan el siguiente cuento: "En el tiempo de rey Herodes cuando la virgen María estaba tratando de escapar de la matanza de los niños, ella se escondió en una huerta de chochos, como las plantas sonaron le encontraron y por eso Dios le maldijo al chocho y desde entonces es amargo."

5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: Referente al chocho se menciona el siguiente mito: *"cuando soñamos con chochos es porque vamos a tener plata".* Cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra.

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: Su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**. "***mingas, makimañachi, intercambios con chochos capulí, naranjas y pan".* La mayor práctica

comunitaria es el "prestas manos".
5.3.2 Fiestas: En la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos a base de chocho**.**
5.3.3 Canticos: No se registra.
5.3.4 Ritos: Las matas de chocho son utilizadas para las limpias" Se rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vulnerable[18]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

FichaNo.7: Fréjol

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 007
1.2 Fecha: 26/05/2012
1.3 Elaborado por: Margarita Varela
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa
1.5 Nombre vulgar: Fréjol
1.6 Nombre científico: *Phaseolus Vulgaris L.*

2. LOCALIZACIÓN

Cantones	Localidad
Chunchi	Capsol
Alausí	Multitud, Pistishí
Penipe	Puela
Pallatanga	Cebadas
Riobamba	San Luis

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[19]

3.1 Zonas de cultivo: Propio de las estribaciones de la cordillera andina; este cultivo se encuentra básicamente en la zona de bosque húmedo montano bajo (bh-MB); Piso Montano Bajo. (Holdrige)

3.2 Condiciones climáticas y de producción: la temperatura adecuada para el cultivo es de 12 a 18ºC, una altura óptima de 800 a 2500msnm y hasta el nivel del mar, precipitación menor a 500 mm con buena disponibilidad de riego y Ph de 6,5 a 7,5.

[18] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

[19]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010

3.3 Reseña histórica: El frejol domesticado más antiguo se ha encontrado en la cueva del Guitarrero, en Perú, data alrededor del segundo milenio a.C. Se presume a México y Centroamérica como posibles lugares de origen y domesticación del fréjol común, y de aquí dispersándose posteriormente a América del Sur. Los frejoles comunes empezaron a cultivarse hace aproximadamente 7000 años A.C., en el sur de México.
El inicio de su cultivo en el Ecuador puede remontarse a la Cultura "Valdivia" (3500 – 1900 a.C), en cuya cerámica se han hallado rastros de granos que pueden pertenecer a *Phaseolus*. En Cotocollao del Formativo Tardío de la Sierra (1500 – 500 A.C.), se consumió fréjol. En la cultural del Período de Desarrollo Regional (500 A.C. – 500 D.C.), tanto de la costa como de la sierra, el cultivo de Phaseolus vulgaris está plenamente establecido".

3.4 Origen: Introducido.
3.5 Variedades: Variedades mejoradas del INIAP:

Nombre	Variedades
INIAP-414 Yunguilla (rojo moteado)	INIAP-422 Blanco Belén
INIAP-417 Blanco Imbabura (blanco)	INIAP-423 Canario
INIAP-418 Je.Ma. (rojo moteado)	INIAP-424 Concepción
INIAP-420 Canario del Chota	INIAP-427 libertador
INIAP-425 Blanco Fanesquero	Paragachi (rojo moteado)

Variedades nativas de Ecuador:

Nombre	Variedades
Vilcabamba	Crema moteado
Yunguilla (tipo cargabello)	Rojo moteado
Blanco Imbabura	Blanco grande
Percal blanco	Blanco mediano
Cocacho	Amarillo mediano
Peruano	Crema alargado
Chabelo	Rojo moteado grande
Mantequilla	Crema mediano
Cargabello	Rojo moteado
Imbabello	Rojo moteado
Jema	Rojo moteado
Canario	AMARILLO
Paragachi	Rojo Moteado Con Crema

La variedades que predominan en la zona son: serrano, canario, celia y cargabello, cargabello y torta blanca.

3.6 Datos de producción.- Según el INIAP el rendimiento por hectárea es de 12.000 a 14.000 Kg/ha.

3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Poco sostenible.[20]

3.8 Valor nutricional: La semilla de frejol es rica en fibras dietéticas y también presenta un alto contenido de hierro, además que posee dos veces más proteínas que cereales como la avena y el trigo.

[20] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Composición 100gr	Contenido
Lípidos	Grasas totales 1,8 g Colesterol 0,0 mg Saturados Totales 0,12 g Monoinsaturados (olécico) 0,06 g Poliinsaturados (linoléico) 0,18 g
Minerales	Calcio 228 mg Fósforo 407 mg Hierro 5,5 mg Magnesio 140 mg Sodio 24 mg Potasio 1406 mg Zinc 2,79 mg Fluor (no especifica cantidad)
Vitaminas	Retinol 1,0 µg Ácido ascórbico evógiro 0,0 mg Tiamina 0,62 mg Riboflavina 0,14 mg Niacina 1,7 mg Piridoxina 0,4 mg Ácido fólico 394 µg Cobalamina 0,0 µg
Aminoácidos	Isoleucina 927 mg Leucina 1685 mg Lisina 1593 mg Metionina 234 mg Fenilalanina 1154 mg Treonina 878 mg Triptofano 223 mg Valina 1016 mg Arginina 1257 mg Histidina 627mg

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

En las comunidades la preparación del suelo consiste en realizar movimiento de tierras ayudado por la yunta (con dos toros del mismo tamaño) y se abona con la majada de los animales (cuyes, ovejas, ganado).
La semilla para la siembra se guardaba de la última cosecha, escogían los mejores granos (grandes y sanos).

Para el deshierbe o aporques se ayudaban de azadón, herramienta que facilitaba el movimiento de la tierra para cubrir el crecimiento de las raíces de la planta y que tenga soporte para su desarrollo, en Puela manifiestan que: *"Las actividades que efectúan durante el ciclo del cultivo es primero la arada, segundo raguado o surcado, llega la siembra, riego y rasta, cuando cosecha frejol tierno se lo hace antes de cosechar el choclo o maíz tierno".*
Ancestralmente el uso del agua estuvo supeditado a la temporada invernal, es decir la lluvia.
Para la cosecha se acuden apresta manos, recogiendo en forma manual, La semilla la almacenaba en lugares secos y frescos, a veces utilizaban paja en para una mejor conservación de la semilla. En Licto antes el fréjol se consumía y servía para el trueque.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.
5.1.2 Usos medicinales: No se registra.
5.1.3 Gastronomía: El fréjol se come cocinado, en menestras, sopas y ensaladas.

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: Cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra o hacer cualquier actividad en la tierra, porque se amarillan las plantas y los productos se hacen pequeños.

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**. "***mingas, makimañachi, intercambios con chochos capulí, naranjas y pan".*
5.3.2 Fiestas: En la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones, se preparan platos con fréjol.
5.3.3 Canticos: No se registra.
5.3.4 Ritos: Se mantienen prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras y se reza a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vulnerable.[21]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso.

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

FichaNo.8: Haba

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 008
1.2 Fecha: 26/05/2012
1.3 Elaborado por: Margarita Varela
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa
1.5 Nombre vulgar: Haba
1.6 Nombre científico: *Vicia faba*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Colta	Columbe, Cañi, Juan de Velasco, Santiago de Quito, Sicalpa
Riobamba	Calpi, Cacha, Flores, Licto, Pungalá, San Juan
Guamote	Cebadas
Alausí	Palmira, Tixán, Achupallas
Penipe	Bayusig, La Candelaria
Guano	San Isidro, Ilapo, Sana Fe de Galán, San Andrés
Chunchi	Gonzol
Pallatanga	

[21] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[22]

3.1 Zonas de cultivo: este cultivo es propio de zonas altas, en la zona de Bosque Húmedo Montano (bh-M); Piso Montano.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: La temperatura ideal para el cultivo del haba es de 4 a 16° C, a una altura óptima para el cultivo de 2000 a 3600 m, precipitación de 700 mm a 1000 mm de precipitación en el ciclo, Ph 6.0 a 7,5, en un tipo de suelo negros de textura arcillosa, limosa o pseudo limosa, también en franco arenosos pero mejor se desarrollan en suelos arcillo – limosos y calizos provistos de materia orgánica.

3.3 Reseña histórica: se señala como centro de origen el Asia Central, algunas regiones del mediterráneo como un centro independiente de la anterior, se cree que llegó a América traída por los colonizadores.
Su valor nutritivo hizo de las habas uno de los primeros alimentos en ser almacenados. Por ejemplo, el rey Príamo tenía sacos de habas entre sus tesoros. Los griegos gustaban de comer las habas en sus vainas, aún verdes. Mención especial merece la relación de Pitágoras con las habas, pues no solo se negaba a comerlas, sino que se lo prohibía a sus discípulos (órficos,) y se dice que murió al negarse a cruzar un campo de habas cuando estaba siendo perseguido por los que fueron, a la postre, sus asesinos.
Los romanos hacían pasteles de legumbres secas cuando había escasez de cereales. Y no solo ellos, en épocas de crisis se comía en Europa pan de legumbres:

3.4 Origen: Introducido
3.5 Variedades: Chaucha pequeña o chaucha chiquita, chaucha grande, verde grande, amarilla pequeña o babilla colorada o roja y sangre de cristo, común, nuya, chaucha grande o wuakra haba, señorita, común, verde, chuncheña, morada, ñagui y riñón, wuagra habas, puca, chumllo, muruchumbi, riñonada, blanca y la semi verde.

3.6 Datos de producción.- el rendimientos por hectárea aproximado de 1 000 a 1 590 kg /ha (22-35 qq por hectárea seco y de 120 a 160 sacos de 30 kg c/u por hectárea (3.600 kg/ha a 4.800 kg/ha)
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Medianamente sostenible.[23]

3.8 Valor nutricional:

Composición 100gr	Contenido
Agua (%)	77.1
Proteínas (g)	9
Grasas (g)	0.70
Carbohidratos (g)	11.7
Fibra cruda (g)	0.30
Cenizas (g)	1.20
Calcio (mg)	15
Fósforo (mg)	217
Hierro (mg)	1.7
Carotenos (mg)	0.15
Vitamina B1 (mg)	0.33

[22]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010
[23] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Vitamina B2 (mg)	0.18
Vitamina C (mg)	12

FUENTE: Alimentación-Sana.org

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

La preparación de la tierra se realiza con yunta o manualmente con uso del azadón para luego abonar un poco los terrenos. Anteriormente se acompañaba a los animales en el terreno por un periodo de tiempo. La semilla se obtenía de la misma cosecha anterior. Las habas secas y seleccionadas para semillas deben limpiarse de impurezas como hojas, tallos, piedras u otras.

- Cuando el terreno para sembrar es de una superficie extensa (más de un solar), la semilla se pone en sacos y éstos a su vez en una tina con agua.
- Si el terreno para sembrar es de una superficie pequeña (menos de un solar), la semilla se deposita en baldes con agua.
- Transcurrido el tiempo de 2 a 4 días la semilla incrementa su tamaño por el agua absorbida, quedando lista para la siembra**. (**Esta técnica se puede aplicar a muchas semillas duras y semiduras como haba, maíz, fréjol, entre otras.)

Se realiza deshierbas, y aporques, mismos que facilita a la planta un mejor desarrollo, en la producción. Se rota y asocia con haba, maíz, papa, oca. Con la ayuda del azadón el maltachina se construye recogiendo el suelo de cada lado de los surcos, incrementando la altura del surco para constituirse en un soporte físico del tallo de las habas, evitando el acame o caído de las plantas. El maltachina o aporque alto se hacen en lugares de exposición a vientos fuertes como laderas o lomas, fisiológicamente es mejor realizarlo antes de la época de floración, para evitar la caída de las flores. La siembra de la haba en su mayor parte se hace en las partes altas, es por eso que la producción se da con el agua de las lluvias
Las cosechas se realizan manualmente ya sea en tierno o en seco, recogiendo las vainas en el propio terreno para luego desvainarlas.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.

5.1.2 Usos medicinales: El consumo de las semillas de haba tienen un fuerte efecto afrodisíaco, por lo cual se recomienda la ingesta a las personas que carecen o sienten una falta del apetito sexual.

- Las hojas de la haba se pone en la cabeza para el dolor
- Haciendo infusión de las flores de las habas con miel de abeja esto servía para la fiebre interna
- Las hojas de la haba con hojas de ashpamalla y hojas de pilig se hacía infusión para la gripe
- Las hojas de las habas se utilizaba para los golpes.
- Las hojas de las habas y flores de la alverja se hacía gua para la fiebre.
- La hoja fresca del haba sirve para el dolor de la cintura colocando como emplasto.
- Se cocina las hojitas del haba y se toma el agua para el dolor del estómago.

- Se pone las hojas asadas en la herida para que cicatrice.
- El consumo de las semillas de esta planta, ayudan a reducir y eliminar la grasa presente en las arterias. Debido a lo anterior se aconseja el consumo de estas semillas a las personas que tienen niveles altos de colesterol en la sangre.

5.1.3 Gastronomía: En la comunidad antes las habas se las preparan de diversas formas como: Cariucho, mescla de mellocos con habas ocas que se serbia con ají, queso y sal, se prepara, habas mútulo que son habas secas y cocinadas, sopa de, logro, ensaladas, tostadas, fritas, sopas, en harinas mesclada con lenteja para coladas de sal.

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: "Las habas mágicas"

A las doce de la noche del día de la Santa Cruz, extraes un cráneo del cementerio, lo siembras en el patio de tu casa con un haba en cada cuenca de sus ojos, tienes que regarla todas las noches a las doce de la noche. Si logras cultivar las habas tendrás todo lo deseado, claro que esto no será tan sencillo ya que cuando pretendas regar la planta miraras todo tipo de seres infernales, en caso de que logres cultivar las habas, con solo depositar una de ellas debajo de tu lengua y pronunciar las palabras: Por medio de la magia negra y el poder de Luzbel deseo…. Aquí externaras lo que deseas.
Es necesario aclararles que ya un conocido lo intento y logro cultivar las añoradas habas y por extraño que parezca, de la noche a la mañana se volvió inmensamente rico, las mujeres no le faltaban, pero murió a los dos años en un accidente, su cuerpo quedo totalmente calcinado, en la cuenca de los ojos se encontraban dos habas intactas, la restantes permanecen aún en su escritorio de caoba y, si es su deseo, con gusto se las puedo obsequiar.

5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: "Cuando la floración va desde los pies de la mata, la planta va a dar buena cosecha" "Cuando una mujer está en periodo de menstruación no puede dentar a la chacra porque se la planta se seca o se hace amarilla.

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**. "***mingas, makimañachi, intercambios con chochos capulí, naranjas y pan".*

5.3.2 Fiestas: En la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, fiestas del santo patronos y tras se preparan platos con este productos. "En las fiestas de matrimonio se coloca varios alimentos haciendo un huerto para los novios".

5.3.3 Canticos: Tía pitito ñami ucapish sisacun ñami jabas pish baynapi tiacu tia pitito mana yaricayguan chu purisum mana yacuyayguan chu purishun tia pitito, ñamari chugllu pish agcha wiñacun, ñamari jabas pish pallana tucucun, ucapish ñamari sisa wiñacun, ñamari uca

pallashun, ñamari chukllo pallashun, mana yaricayguan purishumchu tia pitito."
Traducido de la siguiente forma:
Tía pitito, ya está floreciendo la oca, ya está en vainas las habas, tia pitito, no vamos a andar con hambre, no vamos a andar con sed, tía pitito, ya está naciendo el pelo del choclo, ya está de junte las habas, ya está creciendo la flor de la oca, ya hemos de cavar las ocas, ya hemos de juntar los choclos, no hemos de andar con hambre, tía pitito".
5.3.4 Ritos: Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vulnerable[24]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Frecuente

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

Ficha No.9: Lenteja

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 009
1.2 Fecha: 26/05/2012
1.3 Elaborado por: Margarita Varela
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa
1.5 Nombre vulgar: Lenteja
1.6 Nombre científico: *Lens culinaris*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Chunchi	Gonzol, Capsol
Alausí	Tixán, Sibambe
Guano	San Isidro, Ilapo, Sana Fe de Galán, San Andrés
Riobamba	Cacha, Flores, Calpi

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[25]

3.1 Zonas de cultivo: Preferible en zonas del Bosque Húmedo Montano y Montano.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: La temperatura ideal varía de 13 a 17°C y la altura apropiada para el cultivo es de 2400 y 2800 msnm, con una precipitación de 400 hasta700 mm a en el ciclo y un Ph de 5,5 a 7,5. Se desarrolla en suelos negros de textura arcillosa, limosa o pseudo limosa, franco arenosos, arcillo – limosos y calizos con materia orgánica.

[24] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012
[25] INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010

3.3 Reseña histórica: La especie fue cultivada en "el creciente fértil", sur de Turquía, domesticándose junto a trigo y cebada, dispersándose a través del Nilo, hacia Grecia y hacia Europa central a través del Danubio.

En cuanto a su antigüedad, restos de pequeñas lentejas fueron encontrados en Siria, siendo que data de 8000 a 7000 años a.C.

3.4 Origen: Introducido
3.5 Variedades: Putza, rubia castellana, verdina, pardina, canadiense, red chief, beluga.
3.6 Datos de producción.- el rendimientos aproximado para el caso Ecuador 349Kg/ha.
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Medianamente sostenible. [26]
3.8 Valor nutricional:

Composición 100gr	Contenido
Hidratos de carbono	65%
Grasas (triglicéridos)	0.8 mg/Kg
Riboflamina	0.33 mg
Tiamina	0.46 mg
Globulinas	70%
Gluteínas	10-20%
Albúminas	10-20%

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

La preparación del suelo se realiza de forma manual con azadones y yunta, además como parte de la actividad se amarraba por las noches a los animales en los terrenos donde se iba a proceder a realizar el cultivo, si el lugar de cultivo estaba distante los comuneros cargaban todo el abono hasta los terrenos para lo cual utilizaban animales de carga, esta forma de abonar el suelo la repetían cada 4 o 5 años en el mismo terreno.

La práctica de la siembra en el cultivo de la lenteja con semillas obtenidas de la cosecha anterior en la mayoría de los casos y en menor cantidad se compra a proveedores o en el mercado. El almacenamiento de las semillas es realizado de forma tradicional, manteniendo el material en cuartos secos dentro de saquillos o guardan toda la planta a manera de parva en paja.
Las variedades que se siembran son: Putza lenteja (gruesa), la vicia (delgada verde) y la lenteja común.

Durante el lapso de tiempo hasta la cosecha no se realiza ninguna práctica agrícola para el manejo del cultivo en algunos casos simplemente limpiezas del sembrío.
Se acostumbra a sembrar la lenteja en rotación con maíz, habas, papas y arveja en ocasiones se puede asociar con la cebada. El agua para la producción se obtiene de las precipitaciones en la mayoría de los casos, porque la lenteja es un cultivo de secano. Respecto al control fitosanitario no se acostumbra realizar ningún tipo de curación a la planta, el cultivo crece por sí solo.

[26] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

El producto está listo para ser cosechado cuando la planta está amarillenta y las vainas lo suficientemente secas "*Se junta en montón y se contrata una bestia para que pise*" de esta manera se trilla la lenteja y se obtiene el grano. No se realiza ningún tratamiento de post cosecha porque, el producto es consumido por los comuneros o se vende al mercado sin ninguna alteración.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.
5.1.2 Usos medicinales: La horchata de lenteja es recomendada para la varicela.

5.1.3 Gastronomía: El consumo de menestras es común al interior de las unidades familiares mestizas.

- La menestra se sirve generalmente con arroz y carne frita.
- Mote lenteja.- lenteja tostada y cocinada
- En menestra y sopa, ahora se usa para balanceado, para hacer café o para forraje
- Se realiza harina de haba mezclado con lenteja y se hace coladas de sal con papas

5.2 Tradiciones y expresiones orales
5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: Cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra o hacer cualquier actividad en la tierra, porque se amarillan las plantas y los productos se hacen pequeños.

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**. "***mingas, makimañachi, intercambios con chochos capulí, naranjas y pan".*

5.3.2 Fiestas: En la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y otros se preparan platos a servirse en base a este producto.
5.3.3 Canticos: no se registra.
5.3.4 Ritos: Es costumbre de los agricultores pedir a dios o la madre tierra antes de la siembra para que la producción sea buena

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vulnerable[27]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Muy escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[27] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Ficha No.10: Maíz

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 0010

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Maíz

1.6 Nombre científico: *Zea mays L.*

2. LOCALIZACIÓN:

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Riobamba	Cacha
Alausí	Tixán, Sibambe, Achupallas, Pistishí, Sevilla, Pumallacta
Guano	San Isidro, Valparaíso, Ilapo, La Providencia, Guanando, San Gerardo, San José de Chazo
Penipe	El Altar, Matus, Bayushig, Candelaria, Bilbao, Puela
Cumandá	Cumandá
Guamote	Cebada

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[28]

3.1 Zonas de cultivo: Valles interandinos con mayor humedad, en la zona de Bosque Húmedo Montano Bajo (bh-MB); Piso Montano Bajo (Holdrige), no en los páramos y sub páramos.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: La temperatura ideal para el cultivo del maíz es de 10º C a 20º C, altura desde niveles muy bajos hasta los 3200 msnm, precipitación de 400 a 1.300 mm, Ph 6.5 a 7.5, en un tipo de suelo negros de textura arcillosa, limosa o pseudo limosa, también en franco arenosos pero mejor se desarrollan en suelos arcillo – limosos y calizos provistos de materia orgánica.

3.3 Reseña histórica: El origen se encuentra en Sur América, América Central y México. Los primeros cronistas señalan su presencia cuando llegaron los españoles a las costas ecuatorianas así como en la sierra lo hallan en abundancia, siendo el cultivo principal hasta mediados del siglo XVI, cuando va cediendo lugar a los cereales europeos.

En muchas crónicas coloniales se hacen continuas referencias a la importancia y usos del maíz y casi todas coinciden en presentarlo como el ingrediente principal de la dieta indígena.

3.4 Origen: Nativo

3.5 Variedades: Entre las comunidades indígenas y campesinas se manejan variedades propios como el huandango, chulpi, mishca, morocho (blanco y amarillo), sangre de Cristo y otras variedades así como: Morocho o zhima, maíz blanco, guangalo, tusilla amarillo, morocho amarillo y blanco, maíz negro, changa, shushi.

[28]Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010

3.6 Datos de producción.- En la Provincia de Chimborazo en el año 2009 se registró una producción de 0.35 TM/ha, se registra un promedio de rendimiento de 0.45 t/ha según el censo del 2001.

3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Medianamente sostenible [29]

3.8 Valor nutricional:

Composición 100gr	Contenido
Hidratos de carbono	65%
Grasas (triglicéridos)	0.8 mg/Kg
Riboflamina	0.33 mg
Tiamina	0.46 mg
Niacina	1.3 mg
Globulinas	70%
Gluteínas	10-20%
Albúminas	10-20%

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA [1-2]

La preparación de suelo o terreno se realiza aprovechando las vacas, borregos, burros, chanchos, los cuales son llevados al terreno para que proceda a abonarlo y posteriormente con yunta se realizar el rompe, el cruce y la ragua. La siembra se realiza con la semilla gruesa, la mejor de la cosecha anterior, se usa tres granos de maíz uno para la pacha mama, otro para los animales y otro para cosechar. Al sembrar se cura el grano con ceniza para disminuir la presencia de plagas y utiliza la cebolla blanca y colorada en agua para fumigar.

El cultivo de maíz no es el único en las parcelas, se realizaba asociación con fréjol, arveja, habas, papas y rotación de cultivos en diversas combinaciones como: con papa –cebada, trigo- arveja-papa, lenteja- cebada, paso, cebada-maíz-papa-cebada, papa-maíz-habas. El proceso de manejo se resume a deshierba y aporque juntos según lo requiera.

La cosecha es manual para el maíz tierno (choclo) y/o se cortar la planta cuando es maíz duro con el uso de la oz. El almacenamiento del maíz se hace mediante mazorcas secas deshojadas las cuales se colocan en los soberados y bodegas, ya desgranado se guarda en los trojes en saquillos o pondos de barro.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: En todo el proceso de cultivo se fijan en fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.

5.1.2 Usos medicinales: De acuerdo con los cronistas e investigadores, el maíz también fue utilizado como medicina. Se usaba el zumo de las hojas verdes para curar heridas, el cocimiento del grano o de los estigmas de la mazorca (pelos) se utilizaban para aumentar la diuresis y para la regulación del flujo menstrual; se usaba cataplasmas de grano pulverizado como anti inflamatorio. Existía también la costumbre de beber colada de morocho cocido «cauca», para incrementar la producción de leche en las madres lactantes. El pelo del choclo

[29] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

se sigue usando en la actualidad para hacer infusiones diuréticas para los riñones.

5.1.3 Gastronomía: El maíz desde mucho tiempo atrás hasta la actualidad se ha utilizado en estado tierno -choclo- o maduro. El maíz tierno se consumía cocinado, se asaba al fuego o se freía en grasa de origen animal. Al grano entre tierno y maduro se lo denominaba "cau", con él se hacía una masa que contenía sal, condimentos y era envuelta en la hoja de la mazorca; esta preparación se conoce como choclo tanda o humita en casi todo el país.

5.1.3.1 Gastronomía relacionada a el maíz en la provincia: Choclo cocinado, tortilla de choclo, colada de choclo, tostado, pan, mote con cascara, mote pelado, mote tasno, morocho de sal (sopas), morocho de dulce, tortillas, colada morada, harinas para horchatas, cauca, chulpi, canguil.
Para las fiestas se preparaban: Chiguiltis- chigüiles, mote, chicha de jora, champus. En rituales se prepara la colada morada.

5.1.3.2 Productos alimenticios artesanales: Humas, tortillas de piedra o se utiliza también como bebida denominada chicha a la cual se la prepara de diversas formas, desde la más sencilla mezclando la harina de maíz con agua y permitiendo la fermentación, hasta la utilización de diastasa para convertir los almidones del maíz en azúcares.

Actualmente se hacen comidas con maíz como tamales, quimbolitos, empanadas, tortillas, pan de leche, buñuelo, pan de mote, sango, champús, coladas, musiga (choclo molido envuelto en hoja de achira y asado en tiesto), chocholmi (sopa con harina de choclo acompañada de berros), sopa de bolas de maíz, empanadas, caca de perro (maíz tostado con panela), sopa de morocho y morocho de dulce (colada). La harina de maíz negro o morado se aprovecha especialmente en finados, fiesta de todos los santos (2 de noviembre), para preparar la colada morada de las almas o yana api con base en dulce y sangorache. Las prácticas de alimentación mencionadas se mantienen a pesar de que el cultivo ha dejado de ser el elemento central de la dieta, pues se ha ido remplazando, primero con cereales foráneos y luego con variedades mejoradas de maíz.

Además, en la cultura indígena y campesina el uso del maíz también se extiende a otras partes de la planta. Los tallos tiernos se utilizan para chupar; cuando están secos se usan para la construcción de chozas, forraje de ganado, para combustible y abono. Las hojas tiernas que cubren la mazorca sirven para envolver las humitas y para elaborar artesanía.

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: Se menciona que los Incas utilizaban al maíz para solicitar favores a sus dioses, reverenciaban a la Mama pacha derramando chicha y maíz molido en la época de las siembras. Las plantas y especiales las mazorcas eran objetos familiares de adoración y se las llamaba “zaramamas” o madres del maíz. En todas las comunidades indígenas del Ecuador el maíz fue un elemento ritual importante.

5.2.4 Mitos: Las mujeres en periodo de menstruación no deben entrar por que las plantas se hacen amarillentas y no producen bien.

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: El consumo de la chicha está articulado fuertemente a la vida de los pueblos indígenas, está presente como bebida ceremonial en los rituales comunitarios como: el nacimiento, el corte de pelo, la iniciación, la muerte y actividades agrarias, así también como estimulante se ha consumido en el trabajo y las mingas para dar fortaleza y fomentar la integración grupal.

5.3.2 Fiestas: Se consume en la celebración de los raymis y en las festividades locales, fiestas religiosas, matrimonios, patronos y otros.

5.3.3 Cánticos: Cuenta Asitinbay Villa Andrea de 71 años de edad que en los matrimonios se realizaba el siguiente canto:
"Cambag jora asuita ta brinday ari,
cambjag wira yaquito ta brinday hari
ñuca machamcapag ñuca cantangapag"
Bríndame la chicha de jora que hiciste,
Bríndame la chicha de caña que hiciste,
Yo para tomar, yo para chumar.

5.3.4 Ritos: Como objeto ritual, el maíz tenía una categoría especial pues se creía que había sido donado por una entidad superior. Al iniciar la siembra piden a Dios por la producción, se reza en la cosecha y en la siembra. (Luis Mario Cunulata- Santa Fe de Galán)

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vigente Vulnerable[30]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Abundante

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[30] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Ficha No.11: Mashua

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 0011

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Mashua

1.6 Nombre científico: *Treopaeolum tuberosum R.*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Riobamba	Cacha y Flores
Penipe	El Altar, Matus, Bayushig
Alausí	Tixán, Sibambe, Achupallas, Pistishí, Sevilla, Pumallacta
Colta	Baldalupaxi

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[31]

3.1 Zonas de cultivo: Se cultiva en zonas altas del callejón interandino.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: Tolera bajas temperaturas de 9 a 14°C y a una altura de 2900 a 3600msnm con una mejor adaptación entre los 3500 a 4100 msnm y requiere una precipitación de 700 a 1200 mm anuales por ciclo, así como un Ph de 5.3 a 7.5.

3.3 Reseña histórica: Se cultiva desde la época prehispánica en los Andes y está representada en la cerámica de esos tiempos.
Tiene su origen en la región andina desde Ecuador hasta Bolivia cerca de los 3000 msnm se encuentran especies silvestres que podrían ser los ancestros.

La mayor concentración se encuentra en las zonas agroecológicas Suni y Puna baja del Perú y Bolivia donde generalmente se cultiva en mezcla con otros tubérculos. En nuestro país las provincias de Chimborazo y Tungurahua son especialistas en este cultivo por su altura ideal.

3.4 Origen: Nativo
3.5 Variedades: la mashua roja, blanca y amarilla, siendo las más comercializadas, pusag, chaucha, zapallo, quillu, zapallo, pushu, muru, amarilla, negra, blanca. Se han reconocido más de 100 variedades de mashua. Existen colecciones de germoplasma en Ecuador y Perú.
3.6 Datos de producción.- Rendimientos potenciales de 30 toneladas por hectárea, pueden llegar fácilmente a los 750 qq/ha (34.09 Tm/ha)
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Sostenible[32]

[31]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010
[32] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

3.8 Valor nutricional:

Composición 100gr	Contenido
Energía :	52 kilo-calorías
Agua	87.4 gramos
Proteína	1.5 gramos
Grasa	0.7 gramos
Fibra	0.9 gramos
Calcio	12 miligramos
Hierro	1.0 miligramos
Vitamina	12 microgramos

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Una forma de abonar los terrenos en el campo es amarrar a los animales en el terreno que se va a sembrar cambiando de sitio para abonar poco a poco, luego de esto para remover la tierra se utiliza yuntas y azadones.

La semilla de mashua se obtiene de las mismas siembras, ya que es poco lo que se produce y por ende una parte se destina para el auto consumo y la otra parte para la semilla. "*En el llano se pone la semilla a endulzar y se cubre con paja hasta que nazca, para sembrar y la mashua nace rápido en unos 15 días*." (Mario Cunalata: San José de Galán)

Para el manejo del cultivo se realiza un deshierbe y un aporque para dar mayor libertad de desarrollo a la planta. La mashua se asocia con mellocos, ocas, papas, habas, se rota su siembra después de la cosecha de papas y cebada.

La cosecha se hace manualmente por ser un tubérculo andino, en las comunidades la mashua se guardaba de diferentes formas, una en huecos en el piso, colocando la semillas y cubriéndola con paja, también se guarda en costales y se coloca en una esquina de la casa bien tapada con sacos o paja en un lugar donde no haya humedad para consumir lo poco a poco; pero en la actualidad la cosecha de la mashua es para el consumo familiar, no se guarda ni se vende por que se siembra en pocas cantidades.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Al igual que para otros productos el proceso de cultivo incluye observar las fases lunares con intenciones de mejorar a producción.

5.1.2 Usos medicinales: Como medicina se puede realizar infusión de mashua la misma que se debe 9 mañanas cada tres meses, se usa también para prevenir los cólicos menstruales"

- La mashua actúa contra los cálculos renales.
- Es un efectivo antibiótico contra bacterias como la Escherichiacoli y el Staphylococcus, y hongos como la Cándida albicans. Se le emplea para combatir las dolencias génito urinarias, y contra la anemia.
- Se dice que reduce el deseo sexual al disminuir la cantidad de testosterona y dihidro testosterona en la sangre (antiafrodisiaco).
- Se cuenta que las tropas incaicas consumían mashua como parte de su dieta, para aplacar el instinto sexual.

- Si se consume mucha mashua con poco aporte de yodo se puede adquirir el bocio.
- "En la comuna Mologob, se hacía hervir para remedio. Es bueno para prevenir el cáncer para la próstata y con leche para curar la tos"
- La medicina con la hija de mashua era usada especialmente por las parteras, la aplicaban en caso de una inflación de útero u ovario.
- Preparación: Hervir agua con agua de mashua como infusión; después se deja enfriar el agua y se añade miel de abeja y se toma durante 9 días en ayunas.

5.1.3 Gastronomía: En la alimentación humana se la utiliza para sopas, mermeladas, como cariucho.

- También la mashua es utilizada para la elaboración de varias recetas, en otras provincias se elabora helados, chifles, batidos y jugos de mashua, estas alternativas son para satisfacer el paladar de la ciudadanía en especial la de la gente de la ciudad y la de los niños y niñas del campo.
- La mashua se consume en las comunidades en: colada con leche, cariucho, con papas, mellocos ocas, habas, y en sopas.
- Colada de Mashua (Mashua Uchu)
- Chapo de Mashua

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: no se registra.

5.2.2 Leyendas: Fue un alimento importante en la dieta de la Cultura Wari, especialmente en niños y mujeres... Cuentan algunos cronistas que los soldados que iban a la guerra durante largos meses e incluso años, eran alimentados con mashua para mitigar su apetito sexual y olvidarse de las mujeres.
Según Edwin Chancúsig, miembro de la fundación Heifer - Ecuador la mashua es considerada como el viagra andino, por sus vitaminas y nutrientes. *"En la época de los incas los guerreros comían la mashua antes de una pelea o guerra, porque era como fiambre para olvidarse de sus mujeres*" recalcó.

5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: Las mujeres en periodo de menstruación no deben entrar por que las plantas se hacen amarillentas y no producen bien.

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.**
5.3.2 Fiestas: Suele consumirse en celebraciones festivas.
5.3.3Cánticos: no se registra.
5.3.4 Ritos: Al iniciar la siembra piden a Dios por la producción, Se reza en la cosecha y en la siembra. Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras.

- Se dice que cuando está en flor el producto se echa agua bendita y se pone las hojas de ramos en la chacra.
- Las hojas de mashua sirven para limpiar el mal aire.
- A los dirigentes de la comunidad se les daba en platos grandes cariucho de mashua, papas, mellocos, ocas habas y ellos con partían con los miembros de la comunidad."

5.4 Técnicas artesanales tradicionales **5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales:** No se registra. **5.4.2 Técnicas constructivas:** No se registra.
5.5 Vigencia provincial: Vulnerable[33]
5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

Ficha No.12: Melloco

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO	
1. DATOS GENERALES DE REGISTRO	
1.1 Ficha N°: 0012	
1.2 Fecha: 26/05/2012	
1.3 Elaborado por: Margarita Varela	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Melloco	
1.6 Nombre científico: *Ullucus tuberosus loz*	

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Riobamba	Cacha, San Luis, San Juan
Guamote	Guamote y Cebadas
Colta	Santiago de Quito, Sicalpa (Gatazo y Rumicruz)

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[34]

3.1 Zonas de cultivo: Se cultiva en zonas altas del callejón interandino en el Piso Montano.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: Se cultiva a una temperatura de 8 a 16°C, entre los 2900 a 3600msnm, a una precipitación de 700 a 1200mm anuales y un Ph ligeramente ácido.

3.3 Reseña histórica: En la relación de San Andrés de Xunxi se enumera a los "ullocos" entre los sustentos que antiguamente tenían los Puruháes. Se producen "ollocos" en Alausí, especialmente en las vegas de los ríos (Estrella, E. 1990).

La domesticación del melloco es muy antigua, es difícil establecer el área de origen, según la variación genética actual podría indicarse que la región de los andes Colombianos sería el centro de origen primario del melloco. Crónicas del siglo XIX indican que estos tubérculos se cultivaban abundantemente en Riobamba y Quito, también se encuentran referencias de áreas del Perú.

[33] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012
[34]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010

El melloco en el Ecuador es el segundo tubérculo en importancia luego de la papa, y actualmente los principales centros de producción se encuentran en las provincias de: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Cañar, en las restantes provincias el cultivo casi ha desaparecido**.**

3.4 Origen: Nativo
3.5 Variedades: Distinguidos por el color, por ejemplo el de color crema, amarillo, púrpura, rojo y blanco. (Puka melloco, killu melloco, caramelo y gallo, rojo)
3.6 Datos de producción.- Tienen un rendimiento promedio de 25.000 kg/ha; pudiendo variar desde 10.000 a 45.000 kg/ha.
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Medianamente sostenible.[35]

3.8 Valor nutricional:

Composición 100gr	Contenido %
Proteínas	4,4 a 15,7
Carbohidratos	73,5 a 81,1
Grasa	0,1 a 1,4
Ceniza	2,8 a 4
Fibra cruda	3,6 a 5,0
Energía	377 ‘ 381

FUENTE: Alimentación-Sana.org

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Todo el proceso de cultivo es manual, para la preparación del terreno se usa la yunta y se abona con majada de animales, bien abonada la tierra ésta necesitaba ser abonada cada año**.**

La semilla obtenida de la cosecha se entierra en huecos que se cubren con paja, en el llano se sobre el suelo y se cubre con paja hasta que nazca, luego de la siembra se acostumbra las deshierbas y medio aporque en unos casos y aporque completo en otros, se lo asocia con otros productos como la oca, mashua, papas o habas y se rota con la cebada generalmente. Se abastece del agua lluvia y no requiere curación gracias a su buena resistencia. La cosecha se realiza cavando con azadones extrayendo los tubérculos de la tierra con las manos.

El producto cosechado es destinado para el consumo como alimento o para semilla, además para vender en los mercados sin ninguna transformación especial de pos cosecha**.**

5. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los tubérculos no deben sembrarse en el quinto día de luna que es para siembra de cultivos porque cargan al aire; hay que esperar que la luna tenga la forma del melloco. “Para la siembra se hace en la segunda luna; las fumigadas, aporques y deshierbas en luna tierna”.

5.1.2 Usos medicinales: El melloco es cicatrizante, su uso constante puede mejorar las

[35] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

lesiones en la piel ocasionadas por el acné. También para problemas estomacales como la úlcera y la próstata. Posee también un alto contenido de almidón, azúcares, proteínas y vitamina C, facilita el parto al usarse como emplastos, actúa contra la jaqueca, los tumores y la erisipela, es bueno para curar traumatismos internos y para rebajar hinchazones del cuerpo, es decir se considera como un producto desinflamante.
La baba del melloco es buena para la paspa, para el dolor de estómago y las rodillas o para la fiebre. (Talleres)

5.1.3 Gastronomía: La forma más común es en ensalada fría, en sopas se usa en lugar de la papa o con ella, es cocido junto a habas tiernas y papas y se come con sal o con queso. Las hojas de melloco pueden consumirse en sopas o ensaladas, en tasno (contiene ocas, mellocos, papas, mashua, habas), cariucho **(**contiene papas, mashua, melloco).

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: No se registra.

5.2.4 Mitos: Cuando cantaban los mirlos se sabía que venían las lluvias, dicen que entre más florecimiento de las plantas mayor producción, si escuchaban truenos la producción era poca, si escuchaban croar sapos existía mayor producción"
Las mujeres en periodo de menstruación no deben entrar por que las plantas se hacen amarillentas y no producen bien

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.**
5.3.2 Fiestas: En la celebración de los raymis y en las festividades locales, festividades religiosas, matrimonios, patronos y otros se preparan alimentos.
5.3.3 Cánticos: No se registra.
5.3.4 Ritos: Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.5 Técnicas artesanales tradicionales

5.5.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.5.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.6 Vigencia provincial: Vulnerable[36]

5.7 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[36] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Ficha No.13: Oca

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 0013

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Chullku, agrillo, oca de chacra

1.6 Nombre científico: *Oxalis tuberosa*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Riobamba	Cacha, San Luis, San Juan
Guamote	Guamote y Cebadas
Guano	Santa Fe de Galán
Colta	Sicalpa (Gatazo y Rumicruz)

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[37]

3.1 Zonas de cultivo: Zonas de climas fríos moderados, se produce también en Bosque Siempre verde Montano Alto (bsv-Ma).

3.2 Condiciones climáticas y de producción: la temperatura óptima es de 8 a 17°C, la altura varía de 2800 a 4000msnm, precipitación de 570 a 2150 mm y un Ph adecuado de 6 a 7.

3.3 Reseña histórica: La Oca es uno de los cultivos nativos más antiguos de los Andes, estimándose que tiene alrededor de 8000 años de antigüedad. Los arqueólogos han encontrado restos de sus tubérculos comestibles en tumbas prehispánicas, lejos de sus lugares de cultivo originales.

En los Altos Andes sólo el cultivo de la papa es más importante que el de la oca, su agradable sabor y diversos colores brillantes resultan interesantes para impulsar su producción a gran escala con fines de exportación.

3.4 Origen: Nativo
3.5 Variedades: chaucha, blanca, amarilla, rosada, roja, cañareja y leona, o en kichua las variedades: Killu oca, yurak oca, kitikinka, puka oca, yana oca, ronchis, morada y la blanca, Roncha, y Roja.
3.6 Datos de producción.- tienen un rendimiento promedio de 387 a 555 Plantas/ha; pudiendo
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Sostenible[38]

[37]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010
[38] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

3.8 Valor nutricional:

Composición	Contenido 100gr
Energía	52 kilo-calorías
Agua	87.4 gramos
Proteína	1.5 gramos
Grasa	0.7 gramos
Fibra :	0.9 gramos
Calcio	12 miligramos
Hierro	1.0 miligramos
Vitamina A	12 microgramos

Fuente: Suquilanda,M. (2012) Manual de Producción Orgánica de productos Andinos

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Es recomendable arar al menos con un mes de anticipación a la siembra con el propósito de enterrar los restos del cultivo anterior y las malezas que se encuentren sobre el campo, así mismo es muy necesaria la elaboración de drenajes para evacuar los excesos de agua en el terreno.

La siembra de la oca, se hace entre fines de septiembre y principios de noviembre para aprovechar la humedad de la estación invernal. Las prácticas de siembra, son bastante diversificadas. Algunos agricultores tradicionales realizan la siembra conjunta de tres tubérculos (oca-mashua-melloco), habiendo escogido semillas de un tamaño similar.

Las formas de manejo del cultivo son: siembra, deshierba, aporca y al final se cosecha. La oca se puede asociar con, mashua, melloco, papas, habas y se rota, luego de haber cosechado las papas, y en la puebla de cebada esto permite que el terreno no permanezca solo con un producto y se puede obtener mejor producción.
La cosecha de la oca se realiza manualmente con azadón y en familia ya que las cosechas son pocas y no requiere de mingas grandes u otros materiales. Es importante la clasificación de los tubérculos sanos para la selección de semilla, la venta, y el consumo.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: La siembra de la oca se la realiza en segunda luna; las fumigadas, aporques y deshierbas en luna tierna, es decir que se observa las fases lunares en todo el proceso del cultivo.
5.1.2 Usos medicinales: Se le usa como emoliente, para el tabardillo y como astringente.
También para desinflamar los testículos y contra el dolor de oídos.
La caña de la oca para los riñones y para la fiebre. (Luis Mario Cunalata)
5.1.3 Gastronomía: Ccariucho, locro de oca, al igual que se hace con la mashua y la jícama se endulza naturalmente al exponerla al sol durante dos o tres días.

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: no se registra.

5.2.4 Mitos: Cuando la perdiz se come la oca significa que va a salir muy buena oca cuando en la cosecha se encuentra una oca en forma de abanico es signo de buena suerte. (Luis Mario Cunalata).

5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.**

5.3.2 Fiestas: En la celebración de los raymis y en las festividades locales, fiestas religiosas, matrimonios, patronos y otras se preparan platos para servirse.

5.3.3 Cánticos:
Tia pitito ñami ucapish sisacun ñami jabas pish baynapi tiacu tia pitito mana yaricayguan chu purisum mana yacuyayguan chu purishun tia pitito, ñamari chugllu pish agcha wiñacun, ñamari jabas pish pallana tucucun, ucapish ñamari sisa wiñacun, ñamari uca pallashun, ñamari chukllo pallashun, mana yaricayguan purishumchu tia pitito."
Tía pitito, ya está floreciendo la oca, ya está en vainas las habas, tía pitito, no vamos a andar con hambre, no vamos a andar con sed, tía pitito, ya está naciendo el pelo del choclo, ya está de junte las habas, ya está creciendo la flor de la oca, ya hemos de cavar las ocas, ya hemos de juntar los choclos, no hemos de andar con hambre, tia pitito. (Estambay Villa Andrea-Picopala)

5.3.4 Ritos: Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.(María Quispe Bocón)

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vulnerable[39]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[39] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Ficha No.14: Papa

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 0014

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Papa

1.6 Nombre científico: *Solana tuberosum*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Colta	Sicalpa, Santiago de Quito, Juan de Velazco, Columbe
Riobamba	Cacha, Calpi, Flores, Licto, Punín, Quimiag, Pungalá, San Juan
Penipe	El Altar, Puela, La Candelaria
Alausí	Sibambe, Tixán, Achupallas, Huigra, Pistishí. Sevilla, Pumallacta
Chunchi	Compud, Llagos, Matriz, Capsol
Guamote	Guamote y Cebadas, Palmira
Guano	San Isidro, Ilapo, La Providencia, Valparaíso, Sn José de Chazo, Santa Fe de Galán, San Andrés, La matriz.
Pallatanga, Chambo	

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO [40]

3.1 Zonas de cultivo: Zonas altas del callejón interandino; estepa espinoza montano bajo (ee-MB).

3.2 Condiciones climáticas y de producción: temperatura de 9 a 11°C, 2 800 a 3500 msnm, precipitación de 400 a 800 mm, Ph de 6.5 a 7.0, apto para suelos francos, arenosos y ricos; mientras que los suelos húmedos y pesados dan lugar a tubérculos de carne más firme.

3.3 Reseña Histórica

Según de Candolle –citado por Valdizán (1922, II: 309)-, el cultivo se habría iniciado unos 500 años antes de nuestra era; otros autores aseguran una antigüedad mayor. Sauer (1950) afirma que las patatas tienen el rol más significativo en la colonización agrícola de los Andes.

Los tipos originales de papa de la región del Lago Titicaca, se distribuyeron hacia el Norte, hacia Colombia y Ecuador, y hacia el Sur, a Chile y la isla Chiloé. Esta última en algún momento fue señalada como lugar de origen del tubérculo, sin embargo investigaciones recientes afirman su dependencia de la papa alto andina.

La parte baja de los páramos, localizada entre los 3000 y los 3500 msnm, se ha aprovechado ancestralmente para el cultivo debido a sus condiciones climáticas favorables.

[40] INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010

También se cultiva en todas las provincias de la sierra: Carchi, Imbabura, Pichincha, Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi, Azuay, Loja, Cañar y Bolívar.

3.4 Origen: Nativa y modificada.

3.5 Variedades: las modificadas genéticamente que más se consumen con: súper chola, fri papa y las nativas: castilla, chola, cóndor, cushpi, fierro, gashpita, wagrasinga, wagra chaqui, jorgina, jubaleña, mulachaqui, olasio, pecho de gallina, pepino, puña blanca, ratona, taxo, zímbalo.

3.6 Datos de producción.- tienen un rendimiento promedio de 1360 a 1575 Kg de semilla por hectárea.
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Poco sostenible[41]

3.8 Valor nutricional:

Composición 100gr	Contenido g.	
	Blanca	Amarilla
Agua	74,5	73,2
Proteína	2,1	2
Grasa	0,1	1,4
Fibra cruda	0,6	0,7
Calcio	9,0	6,0
Hierro	0,5	0,4
Vitamina	3 A mg	2 A mg
Energía	99	105

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Se llevaba el abono de animales hacia las zonas de cultivo ayudado de burros; por temporadas hacían chozas para permanecer con sus animales en los terrenos y para abonar, otra forma de preparar el suelo es dejar amarrados a los animales para luego arar. Esta forma de abonamiento natural duraba entre 5 a 6 años, es decir que la gente no necesitaba colocar abono cada año para la producción.

Se prepara el terreno y se coloca con majada de animales (gallina y vaca), se realizaba una deshierba, un aporque y la cosecha. También efectuaban la rascadilla. Se remueve tres veces la tierra y luego se siembra y se abona.

Se usa el azadón para sembrar haciendo surcos y para la cosecha luego de recolectar el fruto. La asociación se realiza con habas, alverja, maíz, y la rotación después de la cebada, el haba, el maíz, la zanahoria, la arveja, la lenteja, el trigo y c la cebada aunque a veces es monocultivo también.

El producto se almacena con el debido proceso si es para semilla, caso contrario, se lleva a la venta dejando un restante para el autoconsumo.

[41] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.
5.1.2 Usos medicinales: Se utiliza la papa para curar la gastritis comiéndosela rallada y cruda en las mañanas, también se la utiliza como emplasto para aliviar las quemaduras en la piel.
"la papa puña molida en piedra servía para curar el mal de ojos (lagañas), y también para los golpes" "el zumo de la papa en un paño blanco se colocaba para la fiebre, se lavaba la cascara de la papa, se cocinaba y esa agua se dejaba en un recipiente para tomándose el siguiente día tomarse, esto se practica por nueve mañanas. "Para el dolor se asa y se pone en un toalla para aplicarse en la cabeza y la garganta, esto era bueno para el dolor"

5.1.3 Gastronomía: Los platos cotidianos son papas fritas, el locro y todo tipo de sopas.
Entre los platos festivos se encuentran: llapingachos, papas con cuy, papas con cuero, papas con achiote. Cada plato varía de acuerdo al lugar en donde es preparado.
La gastronomía ritual depende del contexto festivo que envuelve al plato el común denominador muestra a las papas con cuy como el plato fundamental de las fiestas de los pueblos. Las papas cocinadas con habas y mellocos, cariucho, papas timbo, papas con cuy, papas enteras con sopas, papas asadas y fritas, enteras con salsa de maní papas con conejo, locro de cuy, constituyen parte de la variedad gastronómica en torno a la papa**.**

5.2 Tradiciones y expresiones orales
5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.
5.2.3 Historia local: No se registra.
5.2.4 Mitos: se piensa que las mujeres que se encuentren en su período menstrual no pueden ingresar en la chacra.

5.3 Usos Sociales, rituales y actos festivos

5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.**
5.3.2 Fiestas: En la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos en torno a este producto, acompañado de cuy, siendo la para indispensable.
5.3.3 Cánticos: No se registra.
5.3.4 Ritos: Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios o hacer misas para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

5.4 Técnicas artesanales tradicionales

5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales: No se registra.
5.4.2 Técnicas constructivas: No se registra.

5.5 Vigencia provincial: Vigente Vulnerable[42]

5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Abundante

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[42] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Ficha No.15: Quinua

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 0015

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Quinua

1.6 Nombre científico: *Chenopodium quinoa Wild*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Colta	Santiago de Quito, Sicalpa (Gatazo y Rumicruz)
Guamote	Guamote y Cebadas
Riobamba	Cacha, San Luis, San Juan

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[43]

3.1 Zonas de cultivo: Las zonas adecuadas corresponden a Bosque Húmedo Montano (bh-M); Piso Montano.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: Las condiciones óptimas para el cultivo son: temperatura de 9 a 16°C, altura de 2000 a 3800msnm dependiendo la variedad, precipitación de 500 a 800mm y Ph de 5,5 a 8.

3.3 Reseña histórica: La quinua es un grano que apareció como alimento de los pueblos andinos hace más de 5000 años, nuestros antepasados a la quinua lo llamaban chisiva mama que quiere decir grano madre, con la venida de los españoles poco a poco se iba perdiendo el cultivo de la quinua porque los obligaban a sembrar cebada y trigo.
Su centro de origen se encuentra en algunos valles de la zona Andina se ha llegado a determinar que la mayor variedad de este cultivo se encuentra a orillas del lago Titicaca entre las repúblicas de Perú y Bolivia. Según estudios realizados por el INIAP y la Fundación IDEA, la producción de quinua en el Ecuador está concentrada por orden de importancia en las provincias de Imbabura, Chimborazo, Cotopaxi, Pichincha, Carchi y Tungurahua
En la actualidad la quinua se cultiva desde el sur de Colombia hasta Chile, incluyendo la parte andina que corresponde a la República de Argentina.

3.4 Origen: Nativo
3.5 Variedades: Imbaya, tunkahuan, cochasquí.
3.6 Datos de producción.-oscilan entre 0.2 t/ha a 0.8 t/ha en extremo cuidado 2 t/ha y en parcelas experimentales hasta 5 t/ha.
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Poco sostenible.[44]

---

[43]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010
[44] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

3.8 Valor nutricional: La quinua es considerada como el alimento más completo dentro de los granos. Su valor nutricional es comparable al de muchos alimentos de origen animal como la carne, leche o huevos. Los granos de quinua son especialmente ricos en proteínas, grasas y carbohidratos, pero la calidad de la proteína, es decir el contenido de aminoácidos es superior a casi todos los granos conocidos. Además la quinua tiene apreciables contenidos de minerales, especialmente calcio y vitaminas, además se caracteriza por la ausencia de colesterol.

Composición100gr	Contenido %
Oxalato de calcio (llega a cristalizar en superficie)	
Proteínas de alta calidad biológica	(16 %)
Carbohidratos	(60 %)
Gomas	(4 %)
Grasas	(5 %)
Fibras	(7 %)
Lisina	(98%)
Metionina	
Triplofano	
Vitamina C	
Vitamina E	
Vitamina F	
Vitamina B (Tianina, Riboflavina, Niacina)	

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

El tratamiento de la tierra inicia con el abonado con las heces de animales y restos orgánicos antes del arado, se barbecha con yunta y cuando el suelo es terronazo se golpea con el cabo del azadón. Se inicia el arado y surcado con yunta de bueyes, además se hace el bordeo que significa una limpia alrededor del terreno donde se va a sembrar, se elimina las malas hierbas ya que contienen larvas de insectos plaga que dan origen a gusanos que dañan las plantas una vez que éstas germinan.

El riego se realiza con surcos a chorro continuo en unos casos y en otros mateado a una distancia de un metro, en cualquiera de las dos formas se tapa la semilla para que germine. Generalmente por la resistencia y alta productividad es un producto muy cultivado, suele rotase con algunas leguminosas como la arveja y otros cultivos de la zona.

Para la cosecha se corta con hoces las matas cuando están amarillentas (señal de maduración), se apila en forma de parva en un lugar seco para luego proceder a la trilla en forma manual utilizando una piedra para golpear la mata y que hacer que caiga el grano, el siguiente paso es aventar el grano con cuidado en una bandeja hacia arriba, para que el viento se lleve las impurezas, luego es recogido en saquillos para ser transportados a trojes hechas de esteras. Antes se almacenaba para consumo toda producción, con el tiempo ha sido necesaria la venta.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras. Se cree que cuando hay truenos la producción será poca, pero si escuchaban croack a sapos la producción será mayor.

5.1.2 Usos medicinales: La quinua fue usada como alimento multivitamínico, por lo tanto es muy recomendada para prevenir y curar la anemia. **5.1.3 Gastronomía:** La quinua se puede consumir en sopas, ensaladas, secos, panes, tortas, tortillas, chicha, refrescos, etc. Es ideal para preparar comidas de sal o de dulce y se puede consumir sola o acompañada con muchos otros productos de origen vegetal o animal. Las más variadas formas de consumo son: En cuanto a la gastronomía festiva se hace: Humitas de quinua, pastel de quinua, souffle de quinua con queso, pastel de quinua con acelgas, suffle de quinua con atún, sopa de quinua con verduras, tamal de quinua, sopa de crema con quinua, sopa de quinua con carne, picante de quinua, sopa de quinua con tomates, puré de quinua, quinua con camarones, guiso de quinua con carne de chancho, chupé de quinua con acelga, etc.
5.2 Tradiciones y expresiones orales **5.2.1 Cuentos:** No se presenta. **5.2.2 Leyendas:** No se presenta. **5.2.3 Historia local:** No se presenta. **5.2.4 Mitos:** Las mujeres en periodo de menstruación no deben entrar por que las plantas se hacen amarillentas y no producen bien.
5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos **5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales:** Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.** **5.3.2 Fiestas:** En la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones, para los platos a servirse. **5.3.3 Cánticos:** En relación a la quinua no se han registrado cánticos. **5.3.4 Ritos:** Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.
5.4 Técnicas artesanales tradicionales **5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales:** No se registra. **5.4.2 Técnicas constructivas:** No se registra.
5.5 Vigencia provincial: Vigente Vulnerable[45]
5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Frecuente

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[45] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Ficha No.16: Trigo

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 0016

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Trigo

1.6 Nombre científico: ***Triticum aestivum L.***

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Alausí	Sibambe, Tixán Guasuntos, Huigra, Sevilla, Pumallacta
Chunchi	Gonzol
Riobamba	Cacha, Lores, Licto
Guamote	Guamote y Cebadas
Colta	Cañi

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[46]

3.1 Zonas de cultivo: Región Interandina, de preferencia se encuentra en la zona de Bosque Húmedo Montano (bh-M); Piso Montano (Holdrige).

3.2 Condiciones climáticas y de producción: Las condiciones óptimas son: temperatura de 10 y 25 °C, altura de 2.500 a 3200 msnm, precipitación de 25 y 2800 mm y Ph 6,5 a 7,5.

3.3 Reseña histórica: El trigo era originalmente silvestre. La evidencia muestra que creció primero en la Mesopotamia entre los valles de los ríos Tigris y Éufrates en el Medio Oriente casi hace 10.000 años. No hay datos que registren este cultivo en pueblos ancestrales del Ecuador. Sin embargo, en el siglo XVI con la colonización europea, los cultivos de trigo se extendieron por toda América y particularmente en Ecuador siendo el franciscano Fray Jodoco Rickie quien sembró trigo por primera vez en lo que ahora constituye plaza San Francisco de Quito.

Las provincias trigueras del país son: Bolívar, Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Cañar y Chimborazo, en su orden.

El país está en una constante dependencia de las importaciones de trigo que superan el 90% del producto, que se consume internamente, el cual es importado de Canadá y Estados Unidos, solo el 10% se produce en el país. El trigo es un producto de alto consumo en el país, pero poco cultivado. En 1960 el Ecuador tenía 100 mil hectáreas (has) sembradas. Hoy, la superficie es solo de 30 mil (has). Empero el consumo bordea las 400.000 TM anuales.

3.4 Origen: Introducidas

3.5 Variedades: Las especies nativas son: Africano, bola, picota, barba negra, manitoba, vara, valdivieso, egipcio, camino, las cuales no se las cultiva por su bajo nivel de consumo,

[46]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010

las mejoradas son: chimborazo, cojitambo, zhalao de mayor productividad.
3.6 Datos de producción.- El rendimiento promedio es de 25 quintales por (ha). En Ecuador llega a 40 mil toneladas métricas (TM), por año.
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Medianamente sostenible[47]

3.8 Valor nutricional:

Composición 100gr	Contenido %
Hidratos de carbono.	71,1 g
Proteínas.	13,7 g
Ácidos grasos totales.	2,5 g
Ácidos grasos saturados (AGS).	0,5g
Ácidos grasos monoinsaturados (AGM).	0,3g
Ácidos grasos poliinsaturados (AGP).	1g
Omega-3.	48mg
Omega-6	930mg

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Se abona el suelo dejando los animales en la chacra, el azadón es utilizado para remover la tierra, para la siembra, el aporque y toda labor relacionada al suelo.

Se siembra al voleo que consiste en esparcir las semillas obtenida de la producción del ciclo anterior con las manos a medida que se avanzaba sobre los surcos semilla. Dependiendo del sitio se veces se realiza el barbecho que es el arado de rompe, para luego hacer la cruza que es el arado más pequeño, luego "el chambeo" que consiste en ir rompiendo los terrones con el azadón, esta actividad es exclusiva de los varones, en cambio el "sacudido" que está relacionado con sacar las malas hierbas con la mano es actividad de mujeres.

Se rota el cultivo del trigo con maíz-arveja, pasto-cebada-maíz-trigo, maíz-trigo-cebada; maíz-trigo; no se asocia con otros productos; y en zonas vulnerables no se rotan. Para sembrarse se preparaba la "era" que es el sitio donde se va a trillar el grano; el corte de la planta semi seca se hace a mano con "Oz" aplicando la técnica de presta manos donde además se brinda mote y chicha.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.
5.1.2 Usos medicinales: El grano tostado y molido con todo y cáscara en agua tibia es bueno para el estreñimiento, o para la gastritis.
5.1.3 Gastronomía: Sopas, pan, fideo casero, tortillas, buñuelos, empanadas, guaguas de pan, coladas con leche, cola de sal con papas, máchica.

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra

[47] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

5.2.3 Historia local: No se registra. **5.2.4 Mitos:** Las mujeres con menstruación no pueden ingresar a las chacras "Cuando hay bastantes golondrinas es señal de que va a ser un buen año y se vota la semilla más estrecho para que los pájaros también se alimenten" Cuando hay bastantes catzos significa que el invierno va ha ser largo.
5.3 Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos **5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales:** Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.** **5.3.2 Fiestas:** En la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos para servirse, en especial para las guaguas de pan en finados. **5.3.3 Canticos:** El canto del jaguay al igual que se hace con la cebada pero no en toda la provincia. **5.3.4 Ritos:** Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.Antes en las zonas que cultivaban trigo, realizaban en la trilla un ritual con la bocina, se daban vuelta alrededor de la parva, y luego trillaban con los animales.*" Cuando el cultivo está en flor riegan agua bendita y ponen los ramos de semana santa en las chacras."* Llagos
5.4 Técnicas Artesanales Tradicionales **5.4.1 Técnicas Artesanales Tradicionales:** No se registra. **5.4.2 Técnicas Constructivas:** No se registra.
5.5 Vigencia Provincial: Vulnerable[48]
5.6 Frecuencia de Uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[48] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Ficha No.17: Zanahoria

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 0017

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Zanahoria blanca, racacha, opio criollo, virraca.

1.6 Nombre científico: *Arracacia xanthorrhiza*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	2.2 Localidad
Alausí	Tixán
Colta	Sicalpa
Guamote	La matriz
Riobamba	Quimiag, San Juan

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[49]

3.1 Zonas de cultivo: Se cultiva adecuadamente en el Callejón Interandino y en menor escala en las estribaciones de las cordilleras Oriental y Occidental; en la zona de Bosque Húmedo Montano (bh-M).

3.2 Condiciones climáticas y de producción: La temperatura apropiadas varia de 14ºC a 21ºC, la altura de 200msnm, precipitación de 800 a 1200mm y Ph de 5,8 a 7.0; El suelo apropiado es arcilloso-calizo, aireado y fresco, rico en materia orgánica bien descompuesta y con potasio.

3.3 Reseña histórica: La zanahoria blanca es originaria de la región andina y posiblemente es una de las plantas cultivadas andinas más antigua, cuya domesticación precedió a la de la papa. Varios autores indican que el cultivo se había empezado a desarrollar en la época preincaica pues en restos arqueológicos de tumbas aparecen representaciones del cultivo.

En Ecuador aún se lo encuentra en las pequeñas parcelas de indígenas y campesinos a lo largo del callejón interandino, y se concentra en la región de San José de Minas, ubicada en la provincia de Pichincha; las estadísticas permiten estimar la producción ecuatoriana entre 12.000 y 24.000t anuales. El cultivo se encuentra también en las provincias de Carchi, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja. Por la poca resistencia a zonas altas está siendo reemplazada por arracacha, yuca, camote (Pan de América.)

3.4 Origen: Nativo

3.5 Variedades: se distingue por el color del follaje los cuales pueden ser blanca, amarilla y morada.

3.6 Datos de producción.-Se obtiene 5.000 kg/ha, se han logrado hasta 40 t/h.

[49]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010

3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Poco sostenible[50]

3.8 Valor nutricional:

Composición 100gr	Contenido
Valor energético (Cal)	104.00
Humedad (%)	73.00
Proteína (g)	0.80
Grasa (g)	0.20
Carbohidratos (g)	24.90
Fibra (g)	0.60
Calcio (mg)	29.00
Fósforo (mg)	58.00
Hierro (mg)	1.20
Tiamina (mg)	0.06
Riboflavina (mg)	0.04
Niacina (mg)	3.40
Ácido ascórbico (mg)	28.00

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

La preparación para la siembra consiste en: una cruza, una rastra, una rastra de igualación y el surcado o "huachada". Los "huachos" (surcos) se trabajan a una distancia considerada. "*Los huachos que, por las irregularidades del terreno, quedan incompletos, se llaman guagua huachos"*

Los huachos requiere un menor movimiento de la tierra, pues sólo se huequea el lugar donde se va a poner la planta. Ésta es una estrategia de conservación del suelo que se practica tradicionalmente.

Para empezar la siembra se raspa la tierra y ubican dos o tres colinos por hueco, a la distancia de un paso corto: La mejor época para sembrar la zanahoria blanca es al inicio de las lluvias, cuando aparecen las primeras hojitas de la siembra, se realiza un raspado o raspe para eliminar las malezas**.** Es importante mantener la humedad de la tierra ya que el producto es considerado caliente, desgasta el suelo y absorbe muchos nutrientes por lo que se recomienda abono orgánico.

La cosecha se realiza al alcanzar la madures del fruto evitando pasarse del tiempo y se lo hace con pala para evitar que se dañe. Se limpia la tierra y otras impurezas del suelo, para luego consumirlas en sus diferentes formas y llevar a la venta.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras. Y en este caso especial la temporada lluviosa.

5.1.2 Usos medicinales: Es importante para la digestión, especialmente en niños y ancianos, posee un alto contenido de calcio y vitamina, y un nivel apropiado de niacina, ácido ascórbico

[50] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

y fósforo **5.1.3 Gastronomía:** En sopas y guisos, también en puré, asadas y fritas en rodajas. El follaje se prepara al estilo del apio en ensaladas crudas o cocidas, de ahí proviene el nombre de apio criollo.
5.2 Tradiciones y expresiones orales **5.2.1 Cuentos:** No se registra. **5.2.2 Leyendas:** No se registra. **5.2.3 Historia local:** No se registra. **5.2.4 Mitos:** Las mujeres en periodo de menstruación no deben entrar por que las plantas se hacen amarillentas y no producen bien.
5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos **5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales:** para grandes cosechas se practica presta manos familiares, trueques, las mingas, en forma de reciprocidad y solidaridad. **5.3.2 Fiestas:** En la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se reparan platos para servirse con zanahoria. **5.3.3 Canticos:** No se registra. **5.3.4 Ritos:** Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.
5.4 Técnicas artesanales tradicionales **5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales:** No se registra. **5.4.2 Técnicas constructivas:** No se registra.
5.5 Vigencia provincial: Vulnerable[51]
5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[51] ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos Agrícolas de Importancia Patrimonial 2012

Ficha No.18: Zapallo

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO

1. DATOS GENERALES DE REGISTRO

1.1 Ficha N°: 0018

1.2 Fecha: 26/05/2012

1.3 Elaborado por: Margarita Varela

1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa

1.5 Nombre vulgar: Zapallo, Calabaza

1.6 Nombre científico: *Cucurbita maxima dutch*

2. LOCALIZACIÓN

2.1 Cantones	**2.2 Localidad**
Cumandá, Pallatanga, Penipe	Capsol
Riobamba:	Punín, San Luis
Guano.-	San Isidro

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO[52]

3.1 Zonas de cultivo: Se cultiva en variados rangos de pisos altitudinales.

3.2 Condiciones climáticas y de producción: la temperatura óptima es de 20 a 25 °C, altura de hasta 3300msnm, precipitación de 800 a 2000mm anuales y un Ph de 5,6 y 6,8.

3.3 Reseña histórica: El zapallo es originario de América, existen hallazgos arqueológicos de las diferentes especies de zapallos en el centro y norte del continente americano (sudoeste de Estados Unidos, México y noroeste de Sudamérica). Junto con el maíz y el poroto son los componentes principales de la dieta de la civilización Maya.
Los zapallos y calabazas son consumidos en todo el mundo pero es principalmente en América donde forman parte de los platos típicos de varios países.

3.4 Origen: Nativo
3.5 Variedades: Macre es la variedad más común que existe a nivel de sierra y costa; chilete; variedad de climas templados y cálidos, calabaza común; zapallo italiano "zuchinni".
3.6 Datos de producción.-generalmente de 20 a 30 t/ha.
3.7 Práctica de manejo a nivel provincial: Sostenible[53]

3.8 Valor nutricional:

Composición 100gr	Contenido
Kcal	271
Proteínas	0,5 g
Grasa total	0,2 g
Agua	91,0 g
Cenizas	2.5
Potasio	14 mg
Calcio	23 mg

[52]INIAP: Fichas de Variedades de Productos Agrícolas 2010
[53]ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos agrícolas de Importancia Patrimonial.

Hierro	0.9 mg
Sodio	2 mg
Vit C	4.8 mg.
Vitamina A	300 mg
Tiamina	0.04 mg
Riboflavina	0.06 mg
Niacina	0.4 mg

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

Para la siembra se hace asocio principalmente con maíz pero de una manera complementaria, no como un cultivo específico, se inicia con el abonamiento de animales en el propio sitio, el mismo que consiste en hacer pasar la noche en el terreno donde se va a sembrar, de esta manera los estiércoles se depositan en el suelo directamente, el inconveniente de esta práctica radica en el tiempo que tarda la materia fecal en descomponerse (varios meses), antes del arado se barbecha con yunta y cuando el suelo es terronazo se golpea con el cabo del azadón; inicia el arado y surcado con yunta de bueyes o simplemente con azadón.

Antiguamente solo se esperaba la cosecha pero ahora ya se hace abonos y deshierbas, de tal forma que también mejora la producción si se requiere.

Cuando los frutos están maduros, la cáscara está dura, el pedúnculo del fruto empieza a rajarse y secarse, la mancha basal del fruto cambia de blanco amarillo. En este estado es oportuna la venta y el consumo.

5. CARACTERISTICAS CULTURALES - COSAS DE RESPETO

5.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

5.1.1 Sabiduría ecológica: Los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.

5.1.2 Usos medicinales: Estimula la función del páncreas, ayudando a regular los niveles de azúcar en la sangre. Colabora en la eliminación de mucosidades en los pulmones, bronquios y garganta.-Ayuda a fortalecer el sistema inmunitario por su riqueza en antioxidantes. Su jugo es laxante y un buen desintoxicante del cuerpo.
Su elevado contenido en betacaroteno y alfacaroteno, disminuyen el riesgo frente al cáncer de próstata y enfermedades cardiacas. Coadyuvante en el tratamiento de las cataratas, ya que esos pacientes suelen presentar bajos niveles de beta y alfacarotenos.

5.1.3 Gastronomía: Se lo consume en preparaciones dulces o saladas, desde el desayuno a la cena, en puré o como postre en almíbar, en Chile las sopa y pillas es un alimento muy consumido, similar a nuestras tortas fritas pero con el agregado de puré de zapallo.Mermelada Sobresale su uso festivo durante la celebración de la Semana Santa, haciendo parte de la conocida “fanesca”, plato tradicional a base de 12 granos tiernos, papa, melloco, leche y bacalao.

5.2 Tradiciones y expresiones orales

5.2.1 Cuentos: No se registra.
5.2.2 Leyendas: No se registra.

5.2.3 Historia local: No se registra. **5.2.4 Mitos:** Las mujeres en periodo de menstruación no deben entrar por que las plantas se hacen amarillentas y no producen bien.
5.3 Usos sociales, rituales y actos festivos **5.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales:** Prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras**.** **5.3.2 Fiestas:** Suelen prepararse dulces en fiestas. **5.3.3 Cánticos:** No se registra. **5.3.4 Ritos:** Prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.
5.4 Técnicas artesanales tradicionales **5.4.1 Técnicas artesanales tradicionales:** No se registra. **5.4.2 Técnicas constructivas:** No se registra.
5.5 Vigencia provincial: Vulnerable[54]
5.6 Frecuencia de uso (frecuente-abundante-escaso-muy escaso): Escaso

***Fuente**: Docs. Productos Patrimoniales ESPOCH y fichas del INIAP*

[54]ESPOCH: Estudio de Identificación de Productos agrícolas de Importancia Patrimonial.

B. EVALUACIÓNDE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DEL TERRITORIO Y DE LOS PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS.

1. Diagnóstico general de la provincia de Chimborazo

El presente análisis describe las condiciones actuales del territorio, identificando las problemáticas existentes para la actividad turística y el desenvolvimiento productivo, se realizó un análisis de acuerdo a los siguientes ámbitos:

- Físico Espacial
- Socio Cultural
- Ecológico Territorial
- Económico Productivo
- Político Administrativo
- Turístico

a. Ámbito Físico Espacial

1) División política

La provincia de Chimborazo se encuentra en la sierra centro, en la zona central del callejón Interandino del Ecuador, es conocida como la Provincia de las Altas Cumbres debido a que en ella se encuentran algunas de las montañas más elevadas del país, como el Chimborazo el cual le da el nombre a la provincia. Es la novena provincia más poblada del país de acuerdo al censo 2010,

Tiene una extensión de 6.495 Km2, su capital es la ciudad de Riobamba conocida como “Sultana de los Andes la cual se encuentra a 2.754msnm.

Se divide en 10 cantones que son Riobamba (capital), Cumandá, Alausí, Colta, Chambo, Chunchi, Guamote, Guamo, Pallatanga, y Penipe. Posee un total de 45 parroquias rurales

asociadas al Asociación de Gobiernos Parroquiales Rurales de Chimborazo ASOGOPARCH y de acuerdo al INEC 2010 existen 19 parroquias urbanas.

2) Limites

Limita al norte con la provincia de Tungurahua, al sur con las provincias de Cañar y Guayas, al este con la provincia Morona Santiago, al oeste con las provincias de Guayas y Bolívar.

3) Vías de acceso

La provincia de Chimborazo cuenta con vías asfaltadas en muy buen estado, vías de segundo orden o pavimentadas, vías de tercer orden considerados caminos de verano y cuarto orden o senderos.

El desplazamiento entre cantones es muy fácil debido a los turnos intercantonales que salen desde y hacia Riobamba en forma frecuente, se suman también los turnos interprovinciales que viajan desde y hacia las ciudades de Cuenca, Quito, Guayaquil, Guaranda y Macas. Pará el acceso a parroquias se hace uso de turnos de cooperativas de buses iterparroquiales y en el caso de acceso a comunidades existen cooperativas de camionetas y en algunos casos buses con varios recorridos al día.

Cuadro No. 2: Distancia de cantones

Cantón	Extensión de la red vial Km	Distancia desde Riobamba Km
Alausí	581,1916069	97
Colta	585,791066	18
Cumandá	102,7938571	120
Chambo	101,9527196	8
Chunchi	183,3795524	130
Guamote	423,470622	50
Guano	490,2705857	8
Pallatanga	121,79	48
Penipe	103,75	22
Riobamba	837,03	00

Fuente: MOP 2010

b. Ámbito Socio Cultural

1) Población

De acuerdo a datos del INEC 2010, existen alrededor de 458.581Hab, lo que corresponde al 3,17% del total poblacional del país y de los cuales el 55% aproximadamente corresponde al sector rural.

Cuadro No. 3: Distribución poblacional y extensión de los cantones Chimborazo

Cantones	Extensión km^2.	Habitantes	Porcentaje de población
Alausí	1.707	34.089	7,43
Cumandá	158,7	12.922	2,82
Chambo	163 km2	11.885	2,59
Chunchi	279	12.686	2,77
Colta	850	44.971	9,81
Guamote	1223.3	45.153	9,85
Guano	473	42.851	9,34
Pallatanga	270	11.544	5,54
Penipe	240	6739	1,47
Riobamba	2.812,59	225.741	49,23

Fuente: INEC 2010

2) Etnicidad

Chimborazo es una de las provincias con mayor población indígena a nivel país, sobresalen sobre todo por su vestimenta los Cachas, Lictos, Coltas, Calpis, Pulucates entre otros, sin embargo se presencia otros grupos culturales como Mestizos con el 58,4%, Indígenas con 38%, Blancos 2,2%, Afroecuatorianos 1% y Montubia en menor proporción.

3) Disponibilidad de servicios básicos

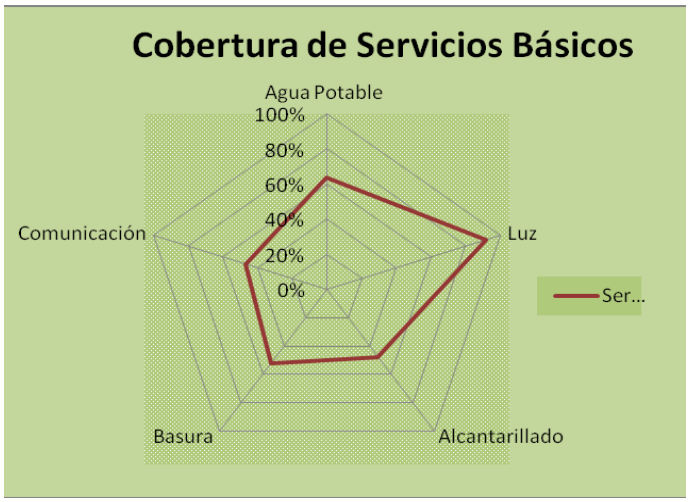


Gráfico 3: Servicios básicos
Fuente: INEC – SISE 2010

Según datos del SISE 2010, en el sector urbano de la provincia el agua para uso doméstico es tratada, por ello que manifiesta que el 64% del servicio de agua es segura, por lo contrario en el sector rural tan solo un 13% es entubada.

El SISE en términos generales manifiesta que en toda la provincia el servicio de energía eléctrica tiene una cobertura del 91,8% en los sectores poblados, cubre un 47,4% el servicio provincial de alcantarillado de red púbica y el 49,7% cuenta con la recolección de basura.

El servicio de comunicación ha incrementado su cobertura en los últimos años alcanzando así cubrir el 46,7% de telefonía celular, el 24,4% principalmente, en cuanto a la cobertura de televisión por cable se mantiene en bajos porcentajes de cobertura sobre todo en el sector Rural. (INEC 2010)

4) Salud

El sistema de salud pública a nivel provincial también ha incrementado su cobertura con el sistema de referencia y contra referencia, que consiste en asistencia médica por niveles de manera que los centros y sub centros considerados el primer nivel de atención han mejorado

en gran manera su condición de infraestructura y la asistencia médica. En la ciudad de Riobamba la población cuenta con el Hospital Provincial General Docente de Riobamba considerado uno de los mejores del país, sin embargo en el sistema de salud de la provincia aún existen algunas limitaciones como la de distancia y la disponibilidad de médicos especialistas.

5) Educación

En el sector educativo sobresale un marcado índice de analfabetismo del 13,3% focalizado en Colta (26.71%), Alausí (24.96%) y Guamote (20.14%).Caso diferente ocurre con los cantones Penipe, Chunchi, Chambo, Cumandá y Pallatanga, los cuales fueron declarados libres de analfabetismo gracias a varios programas nacionales y provinciales (INEC 2010).

6) Servicio financiero

Entre los principales prestadores de servicios financieros en la provincia se encuentran las siguientes cooperativas y bancos:

Cuadro No. 4: Entidades financieras

Cooperativas	Bancos
Acción Rural	Austro
29 De Octubre	Fomento,
CACPECO	Guayaquil
Codesarrollo	Internacional
El Sagrario	Pacífico
Oscus	Pichincha
Riobamba Ltda.	Proamerica
Jesús de Gran Poder	Produbanco
Cámara de Comercio Indígena	Procredit
4deOctubre.	Unibanco
Mushug Runa	

Fuente: Municipio Riobamba

7) Seguridad

La Policía Nacional a través de los destacamentos, unidades comunitarias y los puestos de auxilio inmediatos (PAI) trabajan en seguridad en conjunto con el Cuerpo de Bomberos, la Cruz Roja, los hospitales públicos y privados, la Brigada Blindada Galápagos en el caso de Riobamba y en el caso específico de las áreas protegida vela por la seguridad la policía ambiental. Existen también seguridad en las empresas con su personal de seguridad contratado para garantizar la tranquilidad de sus clientes, por dichas condiciones la provincia puede considerarse segura para realizar actividades turísticas.

8) Generalidades de vivienda

Existe un total de 171,520 casas hasta el 2010, lo que refleja una proporción optima de viviendas a nivel provincial si se considera el número de habitantes y la extensión territorial, sin embargo es una dato que difiere con la realidad social, si bien es cierto que existe un número alto de viviendas, es cierto también que la migración a otras provincias y al exterior provoca el abandono de las mismas, así como la posesión de varias propiedades de un solo dueño, en el caso de la ciudad de Riobamba se evidencia mayor población sobre todo en temporada de clases y este dato no es registrado en el censo poblacional ya que es temporal. Más de la mitad del total de viviendas es propia equivalente a un 73%, el 15,3% es arrendada, el 10,9% es cedida por familiares o amigos de modo que no paga por su uso. (INEC, 2012)

9) Migración

Uno de los principales problemas sociales en la provincia Esla migración, especialmente hacia las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, según el Censo poblacional del 2010corresponde al 27% de la población total de Chimborazo; a nivel nacional Chimborazo tiene un porcentaje de migración del 1,8% siendo los cantones que registran mayores porcentajes de emigración Riobamba (46%), Alausí (20%) y Chunchi (10%).

c. Ámbito Ecológico Territorial

1) Clasificación ecológica

La clasificación ecológica de la provincia ha sido propuesta por varios autores entre estas clasificaciones se encuentra la siguiente.

Cuadro No. 5: Clasificación ecológica

Zonas de vida	Hectáreas	Porcentaje (%)
Bosque Deciduo de Tierras Bajas de la Costa	10,27	0,00
Bosque Semideciduo Montano Bajo de los Andes Occidentales	564,71	0,09
Herbazal Montano Alto	1017,26	0,16
Bosque Siempre verde de Tierras Bajas de la Costa	1633,98	0,25
Gelidofitia	2314,38	0,36
Paramo de Almohadillas	4726,19	0,73
Nieve Perpetua	5216,79	0,80
Bosque de Neblina Montano de los Andes Orientales	6380,91	0,98
Bosque Siempre verde Premontano de la Costa	16067,20	2,48
Bosque Siempre verde Montano Bajo de los Andes Occidentales	17621,54	2,71
Matorral Húmedo Montano de los Andes del Norte y Centro	19547,77	3,01
Bosque de Neblina Montano de los Andes Occidentales	33283,35	5,13
Bosque Siempre verde Montano Alto de los Andes Occidentales	42042,37	6,48
Paramo Seco	52147,98	8,03
Matorral Seco Montano de los Andes del Norte y Centro	67067,33	10,33
Bosque Siempre verde Montano Alto de los Andes Orientales	149538,88	23,04
Paramo Herbáceo	229908,54	35,42
TOTAL	**649089,45**	**100**

Fuente: MAGAP, 2007

2) Condiciones del clima

Presenta una heterogeneidad climática así: sobre los 4.600 metros sobre el nivel del mar es de tipo glacial; entre los 3.000 y 4.600 metros de páramo. Bajando a los 2.000 metros encontramos un clima mesotérmico seco. En las zonas cercanas a la costa predomina un clima mesotérmico húmedo y semihúmedo. Temperatura promedio: 13ºC.

El paisaje cambia del páramo al bosque nativo con cultivos, arbustos nativos, bosques de pino, eucalipto y otros árboles a través de los bosques nublados.

3) Usos del Suelo

Sobresalen las actividades como la agricultura, la silvicultura, el transporte y la vivienda, al respecto se diferencian sectores más aptos para ciertos cultivos, así por ejemplo para pastos, bosques, cultivos de alimentos y libre de actividad agrícola.

Cuadro No. 6: Uso del suelo

Tipo	Hectáreas	Porcentaje (%)
Páramos	113.435	26,12
Pastos naturales	81.611	18,79
Pastos cultivados	79.972	18,41
Cultivos transitorios	76.151	17,53
Montes y Bosques	54.235	12,49
Otros usos	14.719	3,39
Descanso	11.223	2,58
Cultivos permanentes	2.976	0,69

4) Descripción de flora y fauna

a) Flora

La flora de la región de los Andes centrales, consiste en su mayoría de los pastizales rocosos en alta altitud conocida como páramo. El páramo es el ecosistema entre 3000 y 5000 metros que incluyen musgo y tierras húmedas. Aunque la vida vegetal de la zona de los Andes centrales no es tan colorida como las zonas bajas de la Amazonía ecuatoriana, es muy interesante y compleja en su contexto.

Junto a otras provincias especialmente en áreas protegidas como en la reserva Chimborazo, sobresalen especies como pumamaqui (*Oreopanax ecuadorensis*), pino (*Pinus Radiata),* aliso (*Agnus jorulliensis),* Quishuar (*Buddleja incana*), Molle (*Shinus molle*), capulí (*Prunus cerotina*), pucunero, valeriana, oreja de oveja, cacho de venado (*Halenia weddeliana*) y

romerillo (*Podocarpus spyucei*). Las zonas de altitud promedio cuentan con colecciones de flores y líquenes de características andinas. Las zonas más altas plantas simples como musgo y líquenes. (MINTUR, Ecuador Travel 2012).

b) Fauna

"Los Andes centrales similitud de especies de fauna con los Andes del norte y del sur. Al igual que las demás regiones, los únicos animales que sobreviven en los Andes centrales son aquellos que han subsistido dentro de la poca vida vegetal. Esto incluye venados de cola blanca (*Odocoileus virginianus*), Conejos (*Sylvilagus brasiliensis*), y varios tipos de roedores como lo Acodon mollis, Phyllotis andinum, Thomasomys paramorum. Tal vez el mamífero más interesante en los Andes centrales es el tapir de montaña. El tapir de montaña (*Tapirus pinchaque*) tiene la apariencia de un cerdo con un hocico largo y un color marrón-gris. Deja pistas con sus cuatro dedos en sus patas delanteras y tres dedos en sus patas traseras. Dos mamíferos carnívoros también habitan en los Andes centrales: el zorro andino (*Pseudalopex culpaeus*) y el oso de anteojos (*Tremarctos ornatus*), las vicuñas (*Vicugna vicugna*), La alpaca (*Lamapacos*), La llama (*Lama glama*), los chucuris (*Mustela frenata*)." (MINTUR, Ecuador Travel 2012)

Chimborazo al encontrarse en los Andes centrales es una región de clase mundial para amantes de las aves que pueden ser encontrados en los bosques nublados son: especialmente en áreas protegidas. Los curiquingues (*Phalcoboenus carunculatus*), guarros (*Geranoaetus melanoleucus*) y en las zonas de arenal es posible observar volando muy rápido a los vencejos (*Aeronautes montivagus*). Otras aves muy representativas de esta parte de los Andes son: colibrí estrella ecuatoriano (*Oreotrochilus chimborazo*), patos de páramo (*Anas andium*), zumbadores (*Gallinago stricklandii*), gaviotas de páramo (*Larus serranus*), (*Vánelas esplenden*). (MINTUR, Ecuador Travel 2012)

Es posible encontrar especies de anfibios y reptiles como *Eleutherodactylus curtípes* (*Brachycephalidae)* y la *Gastrotheca riobambae* (*Amphignathodontidae*), que en la actualidad se encuentran amenazada de extinción y otros anfibios que habitan en áreas protegidas como las especies *Eleutherodactylus, E. chalceus, E. unistrigatus.*

c) Hidrología

En la provincia de Chimborazo se presentan tres grandes divisoras de aguas, son la Cuenca del Pastaza, la Cuenca del Guayas, y la Cuenca del Santiago., La primera está formada por las dos sub-cuencas: la del río Chambo y la del río Patate.

El río Chambo es el principal sistema hidrográfico de la provincia, en la parte alta se encuentran los ríos Atillo y Ozogoche, que se unen aguas abajo con el río Yasipán y forman el río Cebadas, el mismo que tienen como afluentes al río Guamote.

E río Chambo tiene también como afluentes a los ríos Maguanza, Ishpi, Daldal, Guayllabamba, Chibunga, Guano, Blanco y Puela, Hasta unirse con el Patate.

La Cuenca del río Guayas se encuentra en la parte sur occidental de la provincia, está conformada por la sub-cuenca del río Yahuachi que a su vez se conforma por el río Chimbo y Chanchán.

En la parte occidental de la Sub cuenca del río Chimbo los afluentes son los ríos Cañi, Algodón, Zaruma, Malpote, Quinduhuan, Sal Si Puedes, San Pablo; en la parte sur oriental, el río Chanchan, que se forma aguas arriba con el río Angas y el Río Guasuntos y en la parte Sur Oriental el río Santiago. Los principales afluentes de estas cuencas son el río Juval y el Púlpito, los mismos que reciben aguas arriba de otros afluentes respectivamente” (GADCH)

5) Problemas ambientales

Los principales problemas que enfrentan los ecosistemas de la provincia son consecuencia en gran parte de la agricultura, con la contaminación por químicos, la erosión provocada por monocultivos, el arado, la destrucción de bosques y páramos por extensión de la frontera agrícola. Entre otros a lo que se suma el cambio climático, el sistema deficiente y limitado de recolección de basura, y la extensión del sector urbano.

d. Ámbito Económico productivo

1) Abastecimiento de productos

Gracias a su localización geográfica y a su alta productividad local tienen fácil acceso a productos principalmente alimenticios. Los productos de la costa ingresan desde Guayaquil y otros productos desde provincias vecinas como Tungurahua, Bolívar, Pastaza, Pichincha**.**

2) Principales actividades económicas

Datos de INNEC, 2009 señalan que la población económicamente activa corresponde al 52. Se evidencia que la actividad económica de la provincia se encuentra en diferentes áreas de las cuales sobresale el trabajo por cuenta propia con 50,5% seguido empleos privados 15,9%, empleos estatales 11,9% y del jornal con 10,8%, seguido de otras actividades como el empleo doméstico, en menor proporción. Esto se debe mucho a las actividades laborales que realizan:

Cuadro No. 7: Principales Actividades Económicas

Actividades y áreas laborales	Hombres	Mujeres
Agricultura	31,9	35,1
Ocupaciones elementales	18,1	18,0
Oficiales, artesanos, operarios	12,13	4,2
Comercio / Vendedores	18,2	10,3
Operación e instalación de maquinarias	9,0	1,7
Profesionales, científicos e intelectuales	6,0	9,2
Personal de apoyo administrativo	3,4	5,3
Ocupaciones militares	2,1	0,2
Profesionales de nivel medio	1,7	1,8
Directores y gerentes	1,2	0,9

Fuente: INEC 2010

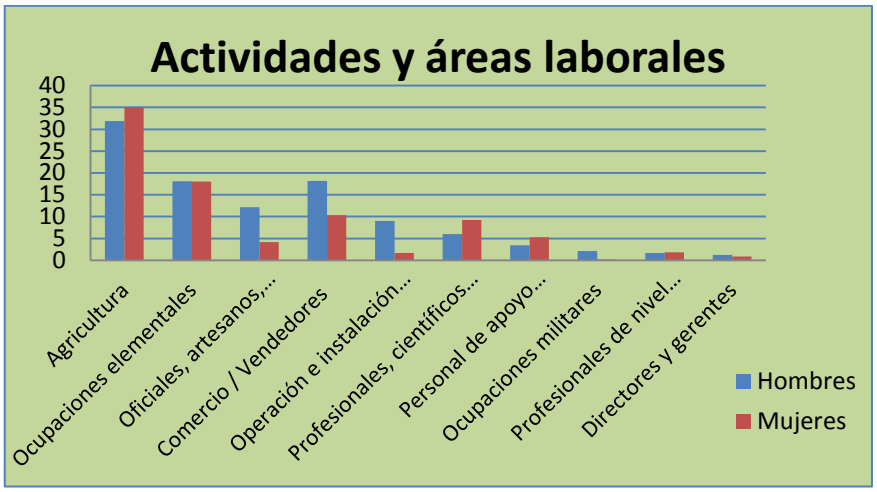


Gráfico 4: Actividades económicas

Fuente: INEC

Están altamente representadas por la actividad agrícola y pecuaria con gran variación en relación a las demás actividades. Se evidencia la particularidad de ser una actividad practicada por hombres y mujeres.

Cuadro No. 8: Principales cultivos transitorios (monocultivos) y UPAS

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS		TAMAÑOS DE UPA		
Principales cultivos transitorios	**Cultivos solos**	**Total**	**Menos de 50 hectáreas**	**Más de 50 hectáreas**
TOTAL CHIMBORAZO	UPAs			847
	Hectáreas sembradas	74,255	70,216	3,732
Arveja tierna	UPAs	1,603	1,587	15
	Hectáreas sembradas	1,340	1,317	.
Cebada	UPAs	26,134	26,038	96
	Hectáreas sembradas	19,420	18,880	540
Cebolla blanca	UPAs	1,358	1,341	.
	Hectáreas sembradas	897	879	.
Cebolla colorada	UPAs	2,496	2,485	8
	Hectáreas sembradas	1,481	1,430	45
Centeno	UPAs	2,079	2,071	7
	Hectáreas sembradas	864	820	.
Chocho	UPAs	1,706	1,695	6
	Hectáreas sembradas	1,112	1,088	.
Fréjol seco	UPAs	1,729	1,651	80
	Hectáreas sembradas	3,249	2,532	717
Fréjol tierno	UPAs	960	946	10
	Hectáreas sembradas	573	544	.
Haba seca	UPAs	8,859	8,768	92
	Hectáreas sembradas	5,894	5,699	136
Haba tierna	UPAs	4,730	4,688	40
	Hectáreas sembradas	2,384	2,313	38
Lenteja	UPAs	2,979	2,959	16
	Hectáreas sembradas	3,246	3,149	63
Maíz suave choclo	UPAs	4,105	4,042	65
	Hectáreas sembradas	2,577	2,401	177
Maíz suave seco	UPAs	22,304	22,138	168
	Hectáreas sembradas	14,886	14,168	720
Papa	UPAs	18,376	18,220	157
	Hectáreas sembradas	10,581	9,742	839
Trigo	UPAs	6,419	6,349	69
	Hectáreas sembradas	4,308	3,943	366
Zanahoria amarilla	UPAs	4,021	4,004	18
	Hectáreas sembradas	1,443	1,311	91

Fuente: ESPOCH

e. Político Administrativo

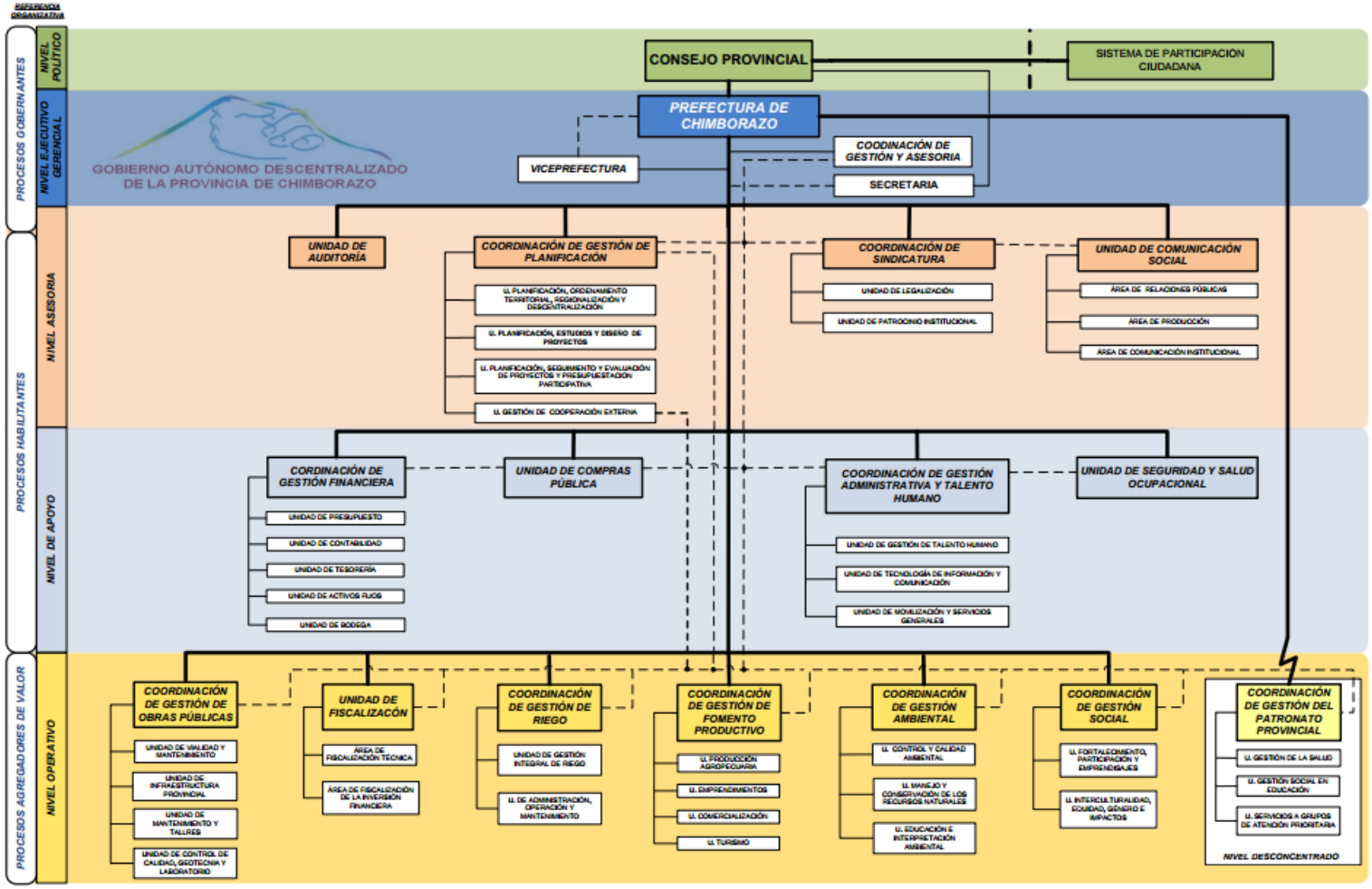


Gráfico 5: Estructura orgánica por procesos del Gobierno de Chimborazo
FUENTE: Plan de Desarrollo Provincial de Chimborazo **(**GADPCH)

El gráfico anterior evidencia la administración interna a través de su estructura orgánica provincial, esta se vinculada a organizaciones que aportan al desarrollo provincial como el gobierno central con sus ministerios e institutos, los municipios de la provincia, las juntas parroquiales, las diferentes asociaciones parroquiales y comunitarias, organizaciones y corporaciones de turismo, fundaciones, universidades, la empresa privada como las cámaras, la empresa del Ferrocarril, la empresa Cemento Chimborazo, el Parque Industrial y las entidades financieras públicas y privadas.

En el tema específico del turismo se marcan requerimientos que regulan todo el sistema y comprende las siguientes acciones y organismos.

1) Organizaciones públicas

a) Nivel ministerial

Los ministerios como organismo rector son los encargados de gestionar, planificar, coordinar y regular sus actividades específicas y brindar asistencia a los gobiernos regionales y seccionales. Tal es el caso del Ministerio de Turismo con su regional en Riobamba y las direcciones de turismo de los municipios que intervienen en el desarrollo turístico a través de capacitaciones y al otorgar licencias y permisos, así como el asesoramiento para acceso a créditos e inicios de nuevos emprendimientos. El Ministerio de Cultura con el INPC y su respaldo al patrimonio, el Ministerio de Agricultura que planifica y brinda beneficios a las comunidades a través de capacitaciones y actualizaciones en procesos productivos.

b) Gobiernos locales

La descentralización de los gobiernos locales da paso a establecer estrategias de desarrollo mediante la participación y la planificación, para lo cual el gobierno autónomo descentralizado de Chimborazo se ha planteado rectificarse como territorio líder en actividades agroindustriales, pecuarias, culturales, turísticas e identitarias, al trabajar en los sectores potenciales que son: Agricultura, Comercio, Educación Superior, Industria y Turismo; las cuales se basan en las siguientes estrategias de desarrollo provincial.

- Acuerdos interprovinciales con Guayas, Tungurahua, Bolívar y Morona
- Fortalecer productos consolidados
- Fortalecer y desarrollar productos intermedios
- Crear paquetes integrados y promocionarlos selectivamente
- Educación Superior Especializada
- Productos de conocimiento especializados en torno a productos/ sectores potenciales
- Identificación y caracterización de nichos y oportunidades de mercado para productos estratégicos
- Protección, Restauración y Aprovechamiento adecuado de Patrimonio Natural
- Facilitar Políticas de Diversificación y Competencia

La estructura municipal y parroquial presenta ordenanzas y estatutos de acuerdo a su potencialidad y sus intereses territoriales específicos para cada uno de los diez cantones. Así pues interviene la AME (Asociación de Municipalidades del Ecuador) como cuerpo de dirigencia y apoyo municipal, ASOGOPARCH (Asociación de Gobiernos Parroquiales Rurales de Chimborazo) como cuerpo que trabaja a nivel rural en toda la provincia y organizaciones comunitarias e indígenas como la COMICH (Confederación del Movimiento Indígena de Chimborazo), entre otros.

2) Organizaciones y asociaciones privadas

En la provincia directamente inmersa al turismo se encuentra la Cámara de Turismo, con la intervención en la planificación estratégica de turismo a través de la participación en la Mesa de Turismo Provincial, en representación de operadores y agencias, sector hotelero y servicio de restauración, entretenimiento, guianza y transporte turístico.

3) Organizaciones y asociaciones comunitarias

En el ámbito turístico existen algunos avances a nivel provincial, que han llevado a la organización y estructuración de ofertas y productos, en la organización comunitaria se ha conformado la Corporación de Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH) en la cual se integran un gran número de comunidades.

Existen también algunas comunidades que inciden en turismo y se han organizado de forma independiente o vinculada al sector privado y/o público.

4) Organizaciones no gubernamentales

En el ámbito turístico y de desarrollo provincial a través de convenios y apoyo social se han vinculado organizaciones como GIZ (Agencia Alemana de Cooperación Internacional), TRIAS, Heifer Ecuador, ERPE (Escuela Radiofónicas Populares del Ecuador), MCCH (Démonos la Mano Comercializando como Hermanos), JAMBIKIWA(Asociación de productores de plantas medicinales), entre otras que desarrollan diferentes actividades de tipo turística y agrícola y de tipo ambiental, comercial, ayuda social en salud, educación y organización comunitarias y otras actividades enfocados al mejoramiento productivo.

f. Turístico

En la planificación provincial se reconoce la creciente importancia del turismo al relacionarse con todos los ámbitos de atención que forman parte del desarrollo. Para el análisis de la actividad turística se analizaron los componentes de sistema a nivel provincial.

1) Planta Turística

La provincia cuenta con una planta turística amplia, la mayoría de prestadores de servicios se ubican en las ciudades de Riobamba y Alausí debido a que desde allí se programan los recorridos de aventura, comunitarios, culturales ecoturísticos. Se debe también a la concentración de centros de esparcimiento nocturno.

Cuadro No. 9: Resumen de la Planta Turística Provincial

Cantón	Tipo Establecimiento	Categoría	Nº Establecimientos	Plazas/ Mesas
Alausí	Alojamiento	Primera	4	87
Alausí	Alojamiento	Segunda	4	130
Alausí	Alojamiento	Tercera	9	355
Alausí	Operadoras		1	
Alausí	Recreación y Diversión	Tercera	2	120
Alausí	Alimentos y Bebidas	Cuarta	4	96
Alausí	Alimentos y Bebidas	Segunda	1	32
Alausí	Alimentos y Bebidas	Tercera	14	528
Chambo	Alojamiento	Primera	1	28
Chambo	Alojamiento	Segunda	2	52
Chambo	Alimentos y Bebidas	Segunda	1	80
Chunchi	Alojamiento	Segunda	1	60
Chunchi	Alojamiento	Tercera	1	18
Colta	Alimentos y Bebidas	Tercera	2	88
Cumandá	Alojamiento	Segunda	1	42
Cumandá	Alojamiento	Tercera	1	16
Guamote	Alojamiento	Segunda	1	52
Guamote	Alimentos y Bebidas	Segunda	1	24
Guamote	Alimentos y Bebidas	Tercera	1	40
Guano	Alojamiento	Primera	7	359
Guano	Alojamiento	Segunda	4	145
Guano	Alojamiento	Tercera	1	16
Guano	Recreación y Diversión	Segunda	1	80
Guano	Recreación y Diversión	Tercera	1	240
Guano	Alimentos y Bebidas	Cuarta	2	64
Guano	Alimentos y Bebidas	Segunda	2	72
Guano	Alimentos y Bebidas	Tercera	9	284
Pallatanga	Alojamiento	Primera	3	172
Pallatanga	Alojamiento	Segunda	1	90
Pallatanga	Alojamiento	Tercera	1	25
Pallatanga	Alimentos y Bebidas	Cuarta	3	120
Pallatanga	Alimentos y Bebidas	Tercera	4	172
Riobamba	Alojamiento	Lujo	1	31
Riobamba	Alojamiento	Primera	17	1581
Riobamba	Alojamiento	Segunda	22	1258
Riobamba	Alojamiento	Tercera	30	1366
Riobamba	Recreación y Diversión	Primera	4	582
Riobamba	Recreación y Diversión	Segunda	13	1150
Riobamba	Recreación y Diversión	Tercera	28	1312

Cantón	Tipo Establecimiento	Categoría	Nº Establecimientos	Plazas/ Mesas
Riobamba	Alimentos y Bebidas	Cuarta	61	1690
Riobamba	Alimentos y Bebidas	Primera	6	392
Riobamba	Alimentos y Bebidas	Segunda	30	1300
Riobamba	Alimentos y Bebidas	Tercera	125	4233
Riobamba	Agencias de Viaje		9	
Riobamba	Transporte Tur		3	48
Riobamba	Operadoras		21	
TOTAL			**461**	**18582**

Fuente: Gerencia Regional Sierra Centro del MINTUR 2010

La provincia cuenta con establecimientos de alojamiento de primera, segunda y tercera categoría en un total de 32, 36 y 43 respectivamente cuenta con un establecimiento considerado de lujo en la ciudad de Riobamba sumando un total de 5883 plazas disponibles a nivel provincial. Los establecimientos de alimentos y bebidas de primera categoría son 6, de segunda 35, de tercera 155 y de cuarta 70, los cuales disponen un total de 9787 plazas.

En cuanto a los sitios de recreación y diversión en toda la provincia suman un total de 49 establecimientos con capacidad aproximada para 3484 pax, 22 operadoras de turismo, 9 agencias de viaje y 3 cooperativas de transporte turístico.

Del total de establecimientos existentes en la provincia el 80% se concentra en la ciudad de Riobamba, el 8% en Alausí, 6% a Guano, 2.6% en Pallatanga, y el 3% restante corresponde a los cantones Guamote, Chambo, Colta, Chunchi y Cumandá. (Ver Anexo 3)

2) Actividades Turísticas

En el año 2012 la provincia de Chimborazo recibió 51.844 turistas, de los cuales según registros del Ministerio de Turismo el 90% son extranjeros y el 10% son nacionales, de este total las modalidades de turismo potenciales son: viaje en tren, turismo de aventura, turismo comunitario y ecoturismo en las siguientes proporciones:

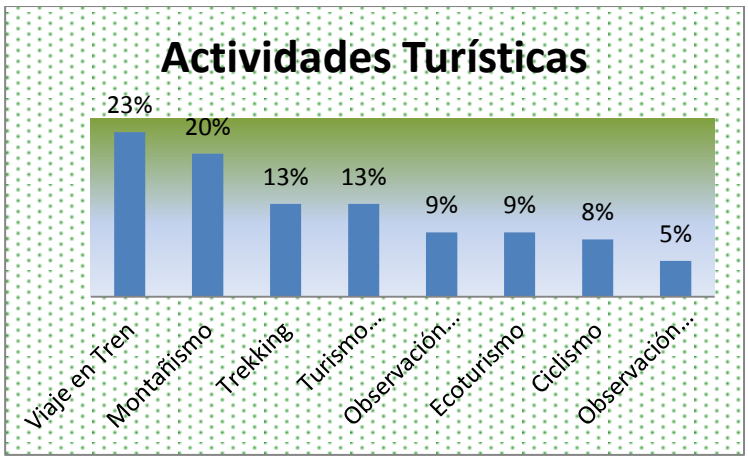


Gráfico 6: Actividades turísticas

Fuente: Gerencia Regional Sierra Centro del MINTUR 2012

De acuerdo a estos datos la mayor atracción provincial es el viaje en tren con el 23%, seguido muy de cerca por la actividad de montañismo con el 20%, actividades importantes para el producto turístico, a las cuales le siguen trekking y turismo comunitario cada una con el 13%, y en menores proporciones observación de flora y fauna, ecoturismo, ciclismo y observación de aves, lo que demuestra además gran atracción por actividades naturales, culturales y deportivas.

3) Inventario de atractivos turísticos provinciales.

La provincia de Chimborazo cuenta con una gran variedad de atractivos, el Ministerio de Turismo registran 91 atractivos tanto naturales como culturales distribuidos en los diez cantones, encontrándose como los más representativos los siguientes: altas montañas, lagunas, ríos, cascadas, valles, páramos, iglesias, parques, plazas, mercados, museos, artesanías, comunidades indígenas entre otros. Atractivos como fiestas y gastronomía se registran en el

inventario del patrimonio cultural inmaterial del INPC correspondiente a la provincia de Chimborazo. Ambos inventarios se detallan en los Anexos 4 y 5.

Del 100% de los atractivos turísticos el 56% corresponde a la categoría de manifestaciones culturales y el 44% constituyen sitios naturales. De acuerdo a la tipología se clasifican de la siguiente forma: 20% arquitectura religiosa, el 10% son grupos étnicos, el 10% arquitectura civil, el 7,8% artesanías, en igual proporción comidas y bebidas, 5,9% museos al igual que ferias, mercados, parques y sitios arqueológicos, el 3.9% son balnearios, mientras que el 1,9% se relaciona con fiestas religiosas, en similar porcentaje están fósiles petrificados, objetos arqueológicos, shamanismo y explotaciones agropecuarias. Los atractivos naturales en la provincia se distribuyen de la siguiente forma: el 17,5% son cascadas, el 15% lagunas, el 10% rápidos o raudales, el 7,5% colinas, el 10% Bosques, el 5% cordilleras, 5% aguas termales, 5% páramos, 5% altas montañas, 5% valles, 2,2% son volcanes, 2% glaciares, 2% posas, y el 4% restante está constituido por áreas protegidas.

De los atractivos culturales registrados en el inventario del MINTUR 41 son de jerarquía II, 8 corresponden a jerarquía III, uno de jerarquía IV y uno de jerarquía I, mientras que en relación a los atractivos naturales 36 son jerarquía II, 5 con jerarquía III, y 2 con jerarquía IV. En proporciones estadísticas el 77% de los atractivos son de jerarquía II, el 14% son de jerarquía III y el 3% de jerarquía IV, Lo cual indica que la provincia en relación a su atractividad tiene la capacidad de motivar visitas de mercado interno y en considerable proporción mercado internacional.

El inventario de patrimonio cultural inmaterial por su parte refleja la importancia de las prácticas tradicionales de las comunidades, sin embargo se muestra limitada la conservación de las mismas en pocos cantones de la provincia, por ello se debe procurar un adecuado uso de los conocimientos y las prácticas relacionados a la producción agrícola patrimonial y demás actividades identitarias de cada grupo cultural y de este modo generar beneficios tanto de tipo económico operación turística como simbólico en el resguardo del conocimiento y de la práctica cultural de cada pueblo.

2. Evaluación de los Productos Patrimoniales Agrícolas y del Territorio PPA para uso turístico

La presente evaluación permite una valoración cuantitativa a partir del análisis cualitativo del territorio y de los productos patrimoniales agrícolas, se realizó un análisis individual con fines metodológicos.

Los datos necesarios para la evaluación territorial se encuentran detallados en el diagnóstico realizado con antelación y validado o rectificado en el trabajo de campo.

Los datos del producto patrimonial agrícola se encuentran en la matriz de caracterización elaborada para cada uno de los productos patrimoniales agrícolas (Fichas del 1 al 18).

La evaluación toma en cuenta dos criterios fundamentales, el territorio concebido como el escenario donde se desarrollan las prácticas agrícolas y como espacio de vida y, el producto agrícola identificado con valor patrimonial.

El componente territorio suma un total de 30 puntos, de acuerdo a las condiciones a ser evaluadas dentro de cada ámbito y de acuerdo a la relevancia para la operación turística del producto patrimonial agrícola; el componente producto suma un total de 70 puntos de acuerdo a los ejes establecidos para cada item que complementan al valor del territorio con fines turísticos.
La evaluación de los dos componentes da un total de 100 puntos, cuyos criterios de evaluación se detallan a continuación:

a. Evaluación del territorio

Para evaluar el territorio se han considerado los componentes del diagnóstico situacional por cuanto permite tener una visión complementaria del ambiente físico y social e identificar los factores condicionantes y las potencialidades necesarias para planificar actividades de desarrollo local de tipo participativo. Los componentes de evaluación son:

- Ámbito Físico Espacial
- Ámbito Político Administrativo
- Ámbito Económico Productivo
- Ámbito Ecológico Ambiental
- Ámbito Socio Cultural
- Condiciones Turísticas

1) Ámbito Físico Espacial

Este ámbito integra áreas que experimentan influencias sociales indirectas, se evalúa la infraestructura vial por cuanto los demás componentes (división política y límites) son incuantificables.

a) Infraestructura vial

Específico del acceso a los sitios de visita, medios, vías y frecuencias. La valoración dependerá de la existencia y calidad del servicio proporcionado por el estado de las vías, las condiciones de conectividad, las rutas estructuradas por cooperativas u otro tipo de organización y de acuerdo a las frecuencias por día, semana o mes.

i. Estado de la vía

Se calificará de la siguiente forma: Asfaltada (1 pt), empedrada (0,5 pts.), camino de tierra (0,5 pts.). Para el presente estudio se considera en esta condición un total óptimo de 2 puntos.

ii. Transporte

Relacionado con la tipología de transporte requerido para el acceso al atractivo y haciendo relación a menor costo por mayor afluencia, el criterio se evaluará de la siguiente forma: Cooperativa de transporte público y/o privado de tipo liviano que permite el acceso al atractivo (1 pt); acceso condicionado al uso de camioneta y/o moto (0,5 pts.); acceso limitado al uso caballos y/o a pie (0,5 pts.). El valor óptimo que alcanza el criterio es de 2 puntos.

iii. Frecuencia

Para la frecuencia se han considerado las siguientes condiciones de evaluación: continúa diaria tendrá (1 pt), ocasional (0,5 pts.). El valor óptimo correspondería a la frecuencia diaria con 1 punto.

2) Ámbito Socio Cultural

Este ámbito recibe influencias sociales, directas e indirectas que constituyen espacios sociogeográficos, se evalúan las condiciones de infraestructura física y realidad social:

a) Infraestructura básica

Referente a las condiciones que reúnen los recursos y/o atractivos con potencialidad turística cercanas o aledañas a las zonas de cultivo de PPA, las condiciones de tipo sanitarias y de servicios básicos necesarios para la permanencia en el sitio. Se plantea la evaluación de acuerdo a la existencia del servicio:

i. Agua

Para el componente agua el valor óptimo es 1 punto que corresponde al recurso en buenas condiciones para el consumo (tratada o potable), si es entubada (0,5 pts.), si se obtiene de fuentes naturales (0,5 pts.) y si no existe (0pts).

ii. Energía eléctrica

La evaluación respecto a energía eléctrica dependerá de la fuente de obtención: A través del sistema interconectado, baterías o plantas generadoras (1 pt.) y de no existir (0), siendo 1 punto el valor óptimo.

iii. Alcantarillado

Este eje se cuantifica de acuerdo a la existencia y origen del servicio**,** si corresponde a red pública **(**1pto) como valor óptimo, a pozo séptico (0,5pts), si no existe (0pts).

iv. Comunicación

Corresponde al tipo de sistema empleado para la comunicación en el sitio o en la zona de influencia donde se encuentra el PPA y que sea capaz de ser utilizado en situaciones de emergencias, su forma de evaluar corresponde a: Acceso de telefonía fija (0,5 pts.), señal de celular (0,5 pts.), internet (0,5 pts.), radio comunicación (0,5 pts.). Este eje tendrá como valor óptimo 2 puntos dada la importancia de la existencia de los medios de comunicación.

v. Salud

Referente a la asistencia en salud el proceso de evaluación considera: la existencia de centros, subcentros de salud o similares (0,5 pts.), medicina andina (0,5 pts.). Se establece como condición óptima un punto por la existencia de los dos tipos de sistemas de salud, puesto que la vigencia de los saberes ancestrales sumada a la existencia de la medicina occidental constituye un servicio indispensable para el ser humano.

3) Ámbito Ecológico Ambiental

En este ámbito interactúan leyes biológicas químicas, físicas y sociales entorno al ecosistema se toma especial atención en el impacto causado a los ecosistemas y su estado natural por actividades agrícolas y/o turísticas.

a) Estado de conservación de la biodiversidad y del entorno

Si el ecosistema propio (vegetación) se mantiene conservado a tal punto que se puede observar o evidenciar la existencia de flora y fauna nativa, se evaluarán los siguientes ítems:

i. Conservación de la biodiversidad

Relacionado a la biodiversidad se evaluará evidencia y/o presencia de especies nativas de flora y fauna (2 pts.), si se ha intervenido en el ecosistema ocasionando pérdida de especies (1 pt), Inexistencias de especies nativas (0 pts.). Para esta puntuación se tomarán en cuenta estudios respaldados por el conocimiento local.

ii. Estado de conservación del entorno

De acuerdo con la calidad del paisaje las condiciones a evaluar son: Condición paisajística no alterada (2 pts.), entorno intervenido que gurda armonía con el paisaje (1 pt.), estética del entorno deteriorado (0 pts.). Para este eje el valor óptimo es de 2 puntos.

4) Ámbito Económico Productivo

Ámbito que implica directamente la forma de producción, en la cual las leyes naturales están subordinadas a fuertes influencias sociales. Se avaluará el entorno de la actividad productiva. Valoración que dependerá de la injerencia turística y agrícola del sector.

a) Asociación con otras actividades productivas

En relación a la asociación de la actividad turística con otras actividades productivas se consideraron las siguientes relaciones: Si la actividad turística se asocia con otras actividades productivas como la agricultura y otra actividad que genere ingresos económicos a la población local se evaluará con (2 pts.); si se asocia exclusivamente la actividad turística con la agricultura (1 pt.); si se practican solo actividades turísticas, actividades agrícolas, u otra (ganadera artesanal, medicinal, etc.) como única fuente económica (0,5 pts.).

b) Cadena de valor

Hace referencia a la existencia de al menos una cadena de valor entorno a la agricultura como condición potencial para su uso en el turismo: Existencia de al menos una cadena de valor entorno a la actividad agrícola y/o pecuaria (2 pts.), Presencia única de una cadena de producción (1 pts.) El valor óptimo corresponde a 2 Puntos,

5) Ámbito Político Administrativo

Ámbito de injerencia social enmarcada en el desarrollo, considerando como base la organización local y la posibilidad de financiamiento y gestión.

a) Organización

i. Organización del estado

En este componente se resalta la importancia de las acciones de gobiernos descentralizados, a que regidos por el COOTAD y el gobierno central tiene la obligación de administrar y gestionar proyectos para el desarrollo local, La forma de evaluación será la siguiente:
GADs con planificación y ejecución de acciones turísticas (2 pts.), GADs si planificación a largo plazo y con actividades turísticas en marcha (1 pt), Instancia de administración local sin acciones turísticas (0 pts.).

ii. Organización privada

Este eje hace referencia a la existencia de organizaciones que tengan participación directa o indirecta con el territorio y pueden aportar al desarrollo turístico y/o productivo del sector, corresponde a empresas, ONGs, cooperación internacional, fundaciones, entre otras que estén legalizadas y cuenten con presupuesto destinado al funcionamiento de proyectos productivos y/o turísticos (2 pts.), en caso de tener participación pero no ser legalizadas (0,5 pts.). Se califica sobre 2 como puntaje óptimo.

iii. Organización comunitaria

Organizaciones de base comprometidas a desempeñar actividades conjuntas inherentes a la producción agrícola y al turismo, si dichas organizaciones tienen reconocimiento legal se puntuará con (2 pts.), si no son legalizadas pero intervienen en turismo será (0,5 pts.), caso contrario (0 pts.). El valor óptimo para este eje corresponde a 2 puntos;

6) Condiciones turísticas

En este ámbito se evaluará la condición de atractividad turística, su importancia se basa en la existencia de recursos y/o atractivos o productos turísticos estructurados relevantes en el territorio se pueda vincular a la oferta de PPA para estructurar un producto turístico de calidad, así como la capacidad local para desarrollar turismo a través del emprendimiento.

a) Atractivos por jerarquía

La jerarquía señala el potencial de cada atractivo para generar interés en el visitante, si existe al menos un atractivo de jerarquía I o II, se evaluará cada condición (0,25 pts.), de existir al menos uno con jerarquía III (0,5 pts.), si existe uno con jerarquía IV (1 pt.) obteniendo como valor óptimo 2 puntos.

b) Actividades vinculadas a productos patrimoniales

Se analizarán las ofertas turísticas existentes y/o potenciales tomando en cuenta los requerimientos de la demanda y la relación con el patrimonio agrícola local.

Si los productos o actividades se vinculan a PPA teniendo relación con rutas, circuitos u otros productos turísticos se otorgará un valor óptimo de 2 puntos, si al menos una actividad turística tiene relación con los productos patrimoniales agrícolas (1 pt); si no existe relación alguna con el PPA (0 pts.).

c) Servicios turísticos

Se valora de acuerdo al número de servicios turísticos existentes en la zona de influencia de los PPA, que permitan la actividad de visitación. La condición óptima es cumplir con los cuatro servicios fundamentales del turismo: alimentación, hospedaje, operación y transporte de ser así se puntuará con (2 pts.), de existir al menos tres servicios (1 pt), pero si existe menos de estas tres se puntuará con (0,5 pts.).

Cuadro No. 10: Matriz de evaluación del territorio

Ámbitos de evaluación	Componentes de avaluación	Ejes de valoración	Indicador	Valor por indicador	Valor óptimo
Físico Espacial	Infraestructura Vial	Estado de vías	Asfaltadas	**1**	**2**
			Empedradas	**0,5**	
			Caminos de tierra	**0,5**	
		Transporte	Coop. púbico o privado livianos	**1**	**2**
			Camionetas y/o motos	**0,5**	
			Acceso a Caballo/pie	**0,5**	
		Frecuencia	Continua diaria	**1**	**1**
			Ocacional	**0,5**	
Socio Cultural	Infraestructura Básica	Agua	Potable o tratada	**1**	**1**
			Entubada	**0,5**	
			De fuentes naturales	**0,5**	
		Energía	Sistema Interconectado, baterías o generador	**1**	**1**
			No existe	**0**	
		Alcantarillado	Red pública	**1**	**1**
			Pozo ciego	**0,5**	
		Comunicación	Telefonía fija	**0,5**	**2**
			Celulares	**0,5**	
			Radio comunicación	**0,5**	
			Internet	**0,5**	
		Salud	Medicina Convencional	**0,5**	**1**
			Medicina Andina	**0,5**	
Ecológico Ambiental	Estado de conservación de la biodiversidad y del entorno, asociados a los productos patrimoniales	Conservación de la biodiversidad	Presencia de especies nativas de flora y fauna	**2**	**2**
			Intervención que ocasiona la pérdida de especies.	**1**	
			Pérdida total de especies	**0**	
		Estado de conservación del entorno	Condición paisajística no alterada.	**2**	**2**
			Entorno intervenido que gurda armonía con el paisaje	**1**	
			Condición escénica deteriorada	**0**	
Económico Productivo	Población Económica activa	Asociación de otras actividades productivas con el turismo	Actividades turísticas más agrícolas y alguna otra fuentes de ingresos	**2**	**2**
			Actividades turísticas y agrícolas.	**1**	
			Solo otra actividad como única fuente de ingresis	**0,5**	
		Cadena de valor	Existencia de almenos	**2**	**2**

		en torno a la producción agrícola vinculada al turismo	una cadena de valor entorno a la agricultura		
			Presencia única de una cadena de producción	**1**	
Político Administrativo	Organización	**Público**	GADs con planificación y ejecución de acciones turísticas	**2**	**2**
			GADs si planificación a largo plazo y con actividades turísticas	**1**	
			Administración local sin acciones turísticas	**0**	
		Privada	Legalizada con presupuesto	**1,5**	**1,5**
			No legalizada pero intervienen en turismo	**0,5**	
		Comunitaria	Con reconocimiento legal	**1,5**	**1,5**
			Sin reconocimiento	**0,5**	
Turístico	Atractivos	Por Jerarquías	I	**0,25**	**2**
			II	**0,25**	
			III	**0,5**	
			IV	**1**	
	Actividades y servicios	Productos, actividades y servicios turísticos vinculadas a productos patrimoniales agrícolas	Relación con rutas, circuitos u otros productos turísticos.	**2**	**2**
			Relación de al menos una actividad turística con productos agrícolas patrimoniales.	**1**	
			No existe relación con ninguna actividad turística.	**0**	
		Servicios Turísticos	Presencia de los cuatro servicios fundamentales del turismo.	**2**	**2**
			Presencia de al menos alimentación, hospedaje y transporte.	**1**	
			Presencia de menos de tres	**0,5**	
TOTAL VALOR PRODUCTO					**30**

Una vez obtenida la calificación del territorio el siguiente paso es complementarla a la evaluación de cada producto para obtener la evaluación total y así identificar los productos que tienen mayor potencialidad pare la estructura de producto turístico.

b. Evaluación del producto

Para evaluar la potencialidad patrimonial de los productos se han considerado aspectos de aceptación, reconocimiento y el respeto social entorno a la producción agrícola como: usos, representaciones, expresiones y técnicas aplicadas, las cuales has sido catalogadas por el INPC como patrimonio intangible. Estas valoraciones representarán sobre todo la importancia social y por tanto la potencialidad patrimonial para uso turístico. La valoración en relación al producto sumará 70 puntos distribuidos en los indicadores descritos a continuación.

1) Origen

Es fundamental en la condición patrimonial la originalidad y el reconocimiento local de un producto como propio, se otorgará la mayor puntuación al producto nativo del Ecuador (5 pts.), seguido del producto nativo de américa (3 pts.). Si es introducido pero con importante valor cultural y económico se evaluará (2 pts.), si es introducido y no presenta importancia cultural o económica el valor será (0 pts.). Se trabajará sobre 5puntos que es el valor óptimo.

2) Patrimonio inmaterial del producto agrícola (Normalización INPC)

El valor óptimo para el eje corresponde a 16 puntos y la puntuación dependerá del cumplimiento de los subámbitos los cuales equivalen a 4 puntos cada uno. De acuerdo a la definición otorgada por el INPC cada indicador contiene los siguientes componentes:

a) Tradiciones y expresiones orales: Cuentos, historias locales, leyendas, mitos, plegarias o poesía popular. (4 pts.).

b) Usos sociales, rituales y actos festivos: Fiestas, prácticas comunitarias tradicionales, ritos, personajes festivos o uso social de la vestimenta (4 pts.).

c) Conocimientos relacionados con la naturaleza y el universo: Agrodiversidad (variedades naturales y genéticas), sabiduría ecológica (fenómenos astronómicos y naturales), gastronomía, medicina tradicional, espacios simbólicos (4 pts.).

d) Técnicas artesanales tradicionales: Técnicas constructivas, instrumentos musicales, artesanías, masapan, indumentarias, etc (4 pts.).

3) Vigencia

La vigencia se analiza de acuerdo al conocimiento, la representatividad, relevancia histórica, valoración social y expresión que pueden ser susceptibles de olvido.

a) Sensibilidad al cambio

Se refiere a la posibilidad que tiene el producto agrícola de ser sustituido por otro producto.
Si es imposible que se sustituya al producto patrimonial agrícola por otro se califica con (3 pts.), si existe alguna posibilidad o se está planteando hacerlo pero no se lo ha hecho aún (2 pts.), si se ha sustituido ya en áreas considerables pero aún se mantiene (1 pt), pero si ya se ha sustituido por otro producto (0 pts.).

b) Soporte

Como lo indica el instructivo se refiere a personas, colectividades o instituciones que han asumido roles de salvaguardia de los componentes de la cultura material e inmaterial, en este caso que velan por mantener el conocimiento en torno al cultivo y sus prácticas tradicionales:
Si se promueve la conservación del cultivo en conocimientos y prácticas tradicionales se valorará con (4 pts.); si se protege solo el cultivo (3 pts.), si se protege el conocimiento oral (2 pts.), si no existen medidas de protección (0 pts.).

c) Transmisión del saber

La transmisión del saber puede ser generacional, de maestro a aprendiz, en centro de capacitación, de memorias (Documentos o grabaciones). Se evaluará de la siguiente forma
Si las tradiciones agrícolas se transmiten de forma oral, práctica y generacional (4 pts.); si se transmite de forma práctica y generacional (3 pts.); si se transmiten como patrimonio oral generacional (2 pts.); pero si existe transmisión pero no es generacional, de cualquier tipo se puntuará con (1 pt.).

d) Participación familiar en el proceso de cultivo de productos

Referente a la participación de niños, mujeres y/o adultos mayores si fuera posible en los procesos de cultivo de los PPA como una práctica familiar.
Si existe la participación del grupo familiar en los procesos de producción, como una actividad familiar sin distinción de género se puntuará con el valor óptimo (3 pts.); si existe participación familiar solo en actividades específicas por género (2 pts.), si no existe participación familiar (0 pts.).

e) Frecuencia de consumo

Generalmente los productos que se cultivan en la zona son mayormente consumidos, esto se incluye una importancia cultural como un distintivo local, un ejemplo importante es la papa en la sierra y el verde en la costa. En este ítem se medirá la frecuencia de consumo en las siguientes condiciones.
El producto se consume a diario, pero su representación cultural hace que sea consumido en ritos festivos, por ello el valor óptimo para este ámbito es 5 puntos de acuerdo a la siguiente distribución: Si el producto es de consumo diario pero también en fiestas (5 pts.), si es consumido en cualquier preparación para el consuno diario y no festivo (3 pts.), si es específicamente de consumo festivo (2 pts.), pero si el producto se consume ocasionalmente o podo frecuente (1 pt).

4) Prácticas de manejo agrícola

En este componente se valora: sistema de producción, forma de producción, insumos, rotación y riego.

a) Adquisición de semilla

La importancia de este indicador se refiere a las prácticas tradicionales obteniendo mayor valor el intercambio de semillas al ser una práctica cultural antigua se valora con (3 pts.), es decir que el valor óptimo es 3 puntos; si la semilla es obtenida de la propia producción (2 pts.), pero si la semilla es comprada (1 pt).

b) Forma de producción

Se relaciona con el mecanismo utilizado para el proceso de producción: Si la producción es a través de chacras de tipo manual y/o con ayuda de animales (3 pts.) (Simboliza la forma de producción tradicional), si la producción es mixta es decir tecnificada pero con el uso de prácticas tradicionales (2 pts.), pero si la producción es totalmente mecánica (1 pt).

c) Sistema de producción

Se refiere a la asociación del cultivo, para este eje el valor óptimo será 3 puntos equivalente a una forma de cultivo con asociación: Si se siembra en asociación con otros productos (3pts), si el producto se siembra como monocultivo pero en extensiones pequeñas referentes a una chacra o un lote (6 m^2) se calificará con (2 pts.), si es monocultivo pero en extensiones grandes sobre los 6m^2 se calificará con (1 pt).

d) Rotación

Dependerá del tipo de producto y según la región o terreno, si el proceso de cultivo de alguno de los productos se practica el cuidado de la tierra a través de la rotación calificará con 3 puntos que es lo óptimo para este eje.

Si se practica rotación (3 pts.), si el cultivo de dicho producto no deteriora de alguna forma el suelo y no amerita rotación (2 pts.), si se requiere de rotación pero no se practica rotación (0 pts.).

e) Tipos de insumos

Referente al cuidado de la tierra a través de prácticas tradicionales el puntaje óptimo corresponde a 3 puntos.

Si los insumos son orgánicos (3 pts.), si en el proceso de producción se combinan productos orgánicos con los químicos para incrementar su productividad y el control de plagas (2 pts.), peor si solo se usa productos químicos (1 pt).

5) Importancia comercial

a) Comercialización

Este condicionante incluye adquisición, consumo, industrialización y sobre todo conocimiento del producto agrícola, diferentes niveles sumarán un valor óptimo de 15 para el producto: Internacional (5 pts.), Nacional (4 pts.), Regional (3 pts.), Provincial (2 pts.), Local (1 pt.).

Cuadro No. 11: Matriz de evaluación del producto

Componentes de avaluación	Ejes de valoración	Indicador	Valor por indicador	Valor optimo por ámbito
Origen	Procedencia del producto	Nativo del Ecuador	**5**	5
		Nativos de América	**3**	
		Introducido con valor social y/o económico	**2**	
Patrimonio inmaterial del producto.	Conocimientos y prácticas tradicionales inherentes al patrimonio	Presencia de tradiciones y expresiones orales	**4**	16
		Presencia de usos sociales, rituales y festivos	**4**	
		Presencia de conocimientos relacionados con la naturaleza	**4**	
		Presencia de técnicas artesanales tradicionales	**4**	
Vigencia	Sensibilidad al cambio / reemplazo	Es imposible su sustitución por otro producto	**3**	3
		Es posible que sea sustituido	**2**	
		El producto fue sustituido parcialmente	**1**	
		El producto fue sustituido totalmente	**0**	
	Soporte	Se protege la conservación del cultivo y las prácticas tradicionales	**4**	4
		Se protege solo el cultivo	**3**	
		Se protege solo conocimiento oral	**2**	
		No existe medidas de protección	**0**	
	Transmisión del saber	Generacional de forma oral y práctica	**4**	4
		Generacional de forma práctica	**3**	

		Generacional de forma oral	**2**	
		Transmisión no generacional	**1**	
	Participación familiar en el proceso productivo	Sin distinción género	**3**	3
		Participación familiar solo en actividades específicas por género	**2**	
		Sin participación familiar	**0**	
	Frecuencia de consumo	Consumo diario y festivo	**5**	5
		Diario	**3**	
		Festivo	**2**	
		Poco frecuente	**1**	
Prácticas de manejo agrícola	Adquisición de semilla	Intercambio	**3**	3
		Producción Propia	**2**	
		Compra	**1**	
	Forma de producción	En chacras, de tipo manual y/o con ayuda de animales	**3**	3
		Producción mixta (Tecnificada - tradicional)	**2**	
		Prácticas mecánicas	**1**	
	Sistema de Producción	Asociación de cultivos	**3**	3
		Monocultivo áreas pequeñas	**2**	
		Monocultivo áreas extensas	**1**	
	Rotación	Se practica la rotación	**3**	3
		No amerita rotación	**2**	
		Amerita rotación pero no se practica	**0**	
	Tipo de insumo para el cultivo	Orgánico	**3**	3
		Combinado (productos químicos y orgánicos)	**2**	
		Químico	**1**	
Importancia Comercial	Comercialización	Internacional	**5**	15
		Nacional	**4**	
		Regional	**3**	
		Provincial	**2**	
		Local	**1**	
TOTAL VALOR PRODUCTO				**70**

La Evaluación se contempla con la Asignación de diferentes Categorías:

CATEGORÍA	DETERMINANTE	VALORACIÓN
A	Altamente potencial	71 a 100
B	Potencial condicionado a revitalización cultural	36 a 70
C	Baja potencialidad	1 a 35

Descripción de las categorías

A: Altamente potencial: se entiende al entorno territorial del producto patrimonial agrícola adecuado o apto para cubrir las exigencias de la operación turística con beneficios sociales para alcanzar el buen vivir, además indica que producto es representativo del sitio y reconocido por su importante tradición de consumo, producción y uso.
Es potencial por cuanto se aplican tradiciones, conocimientos, técnicas, usos y prácticas adecuadas de manejo ambiental y de conservación de las tradiciones tradicionales, que se mantienen vigentes en el sitio. Razón por la cual se constituye un producto agrícola apto para desarrollar un producto turístico en torno su valor patrimonial.

B: Potencial condicionado a revitalización cultural: Son productos en torno a los cuales existe representatividad, identidad e importancia pero que pasan por alto acciones de conservación de las prácticas, relacionadas con sus usos y técnicas tradicionales, tradiciones festivas, productivas, ambientales o comerciales, que lo convierten en un patrimonio vulnerable (que puede perderse) y entorno a los cuales se debe aplicar la recuperación del saber y hacer propio del sitio y, en relación a los cuales el territorio no cubre las exigencias que permitan el beneficio social en corto plazo, lo cual dificulta la estructuración y operación de sus producto turístico.

C: Baja potencialidad: Producto en torno al cual no existe mayor representatividad ha perdido sus tradiciones, manifestaciones y representaciones en torno al manejo de cultivo del producto y, a su vez el espacio geográfico no alcanza las condiciones adecuadas para desarrollar un producto turístico y generar bienestar.

La potencialidad del territorio se complementa a la potencialidad de producto y viceversa, es por ello que para determinar la categoría se evalúan las dos condiciones por cada PPA y se registra el valor obtenido en ambas condiciones como resultado complementario (Sobre 100 puntos). La categoría determina el nivel de potencialidad que tiene el PPA para estructurar un producto turístico.

Si el territorio no es potencial habría que trabajar en el mejoramiento de sus condicionantes, para así ejecutar la estructuración de un producto, es decir, que se debe implementar y/o adecuar al territorio para uso turístico. De igual forma ocurrirá si él o los productos no son potenciales, se deberá tomar las medidas de revitalización cultural necesaria para trabajar en función del patrimonio agrícola con fines turísticos.

Para el desarrollo de un producto turístico en torno a los productos patrimoniales agrícolas es necesario atenuar las falencias y trabajar en los impactos negativos del territorio y los productos y para convertirlos en productos altamente potenciales.

c. Resultado de la evaluación del territorio y turística de los productos patrimoniales agrícolas.

Cuadro No. 12: Resumen de evaluación del producto y el territorio

Productos	Evaluación del Territorio	Evaluación del Producto	Valor total	Determinante
Amaranto	28	42	70	Potencial condicionado
Arveja	28	50	78	Altamente potencial
Cebada	28	59	87	Altamente potencial
Cebolla Blanca	28	49	77	Altamente potencial
Cebolla Colorada	28	40	68	Potencial condicionado
Chocho	28	48	76	Altamente potencial
Fréjol	28	45	73	Altamente potencial
Haba	28	48	76	Altamente potencial
Lenteja	28	47	75	Altamente potencial
Mashua	28	41	69	Potencial condicionado
Maíz	28	62	90	Altamente potencial
Melloco	28	50	78	Altamente potencial
Oca	28	41	69	Potencial condicionado
Papa	28	56	84	Altamente potencial
Quinua	28	56	84	Altamente potencial
Trigo	28	51	79	Altamente potencial
Zanahoria	28	40	68	Potencial condicionado
Zapallo	28	42	70	Potencial condicionado

Como resultado de la aplicación metodológica de evaluación propuesta, se evidencia que el territorio provincial es altamente potencial para el desarrollo turístico entorno a los Productos Patrimoniales Agrícolas, la existencia de servicios básicos en varias zonas y el buen estado de la infraestructura vial, así como las condiciones del entorno y la biodiversidad hacen de Chimborazo una provincia de oportunidad turística para dinamizar la economía local.

En cuanto a la potencialidad de los productos se encontró que la cebada y el maíz son altamente potenciales pues alcanzan el mayor puntaje sobre 100, por tanto es oportuno señalar que la cebada pese a no ser un producto nativo alcanza un alto nivel de representatividad en la provincia por su connotación cultural y su importancia alimenticia, la concepción en torno a la cebada como un producto que genera abundancia y reúne a la gente para ayudar, celebrar, compartir y cantar al ritmo de la cosecha, ha permitido que obtenga una alta evaluación. El

maíz por su parte transmite la cosmovisión de los pueblos andinos al ser un producto nativo de gran significancia y uso, seguido de la quinua y la papa que complementan la base alimenticia de los pueblos de Chimborazo,

La cebolla colorada y la zanahoria por el contrario, son potenciales condicionados a revitalización cultural pues han obtenido el menor puntaje de evaluación, por cuanto el contenido cultural no se ve reflejado en su totalidad o se han descuidado las prácticas ancestrales de producción, es por ello que no serán prioridad para el presente estudio, sin embargo al ser parte de la dieta diaria de la población e ingredientes para todas las comidas se visibilizará en la oferta gastronómica al igual que los demás productos.

La representatividad de los productos determinada por la vigencia, el consumo y la forma de producción es alta para los dieciocho Productos Patrimoniales Agrícolas evaluados en el presente estudio.

La propuesta turística en función de los resultados trabaja cuatro rutas de acuerdo a los productos identificados con mayor importancia patrimonial, pues cumple con condiciones territoriales favorables para el desarrollo turístico, los productos son: maíz, papa, cebada, quinua y fréjol (Pallatanga y Cumandá) a partir de las cuales se agrupan y se complementan con los demás productos agrícolas en una oferta turística estructurada.

C. ESTUDIO DE MERCADO

1. Objetivo del estudio de mercado

El presente estudio busca comprobar que existe una demanda justificable para la implementación del producto turístico en base a los "Productos Patrimoniales Agrícolas de la Provincia de Chimborazo".

2. Análisis de la demanda

a. Segmentos de mercado

El mercado que visita la provincia de Chimborazo está constituido por los segmentos de turistas nacionales e internacionales que de acuerdo con el MINTUR, viajan motivados por conocer naturaleza y cultura.

b. Universo de estudio

El universo de estudio de la demanda corresponde al total de turistas que llegaron a la provincia en el año 2012, de acuerdo a los registros de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo (RPFCH) el promedio de turistas es de 51.844, de los cuales el 56% fueron turistas nacionales y el restante 44% turistas extranjeros. Se toman los datos de la Reserva de Producción ya que estos son los datos más actuales que evidencian de forma feaciente los registros de ingresos de turistas a la Reserva en la provincia de Chimborazo.

c. Determinación del tamaño de la muestras.

Se determinó el tamaño de la muestra mediante la aplicación de la fórmula de Canavos detallada continuación, El total de la población corresponde a 51.844 turistas, de los cuales:

Turistas extranjeros = 44% = 22811

Turistas nacionales = 56% = 29033

Dónde:

n = tamaño de muestra
N = universo equivalente a (22811) y (29033)
p = probabilidad de éxito = 0.5
q = probabilidad de fracaso = 0.5
p.q = probabilidad de ocurrencia, fenómeno equivalente a 0.25
e = margen de error correspondiente al 8%
k = constante de corrección correspondiente a 1.75

Entonces:

$$n = \frac{22811\ (0.5*0.5)}{(22811-1)(0.08/1.75)2 + (0.5-0.5)} = 119 \text{ Turistas nacionales}$$

$$n = \frac{29033\ (0.5*0.5)}{(29033-1)(0.08/1.75)2 + (0.5-0.5)} = 119 \text{ Turistas extranjeros}$$

d. Instrumento

La herramienta utilizada para medir el interés y los requerimientos de la demanda fue la encuesta, de la cual resultaron variables geográficas y motivacionales que determinaron el perfil del turista potencial para el presente estudio.

e. Técnicas de recopilación.

Para establecer el estudio de la demanda se replicaron 238 encuestas alrededor de la provincia, 119 encuestas para turistas nacionales y 119 para extranjeros, tomando como puntos de mayor afluencia la Estación del Tren, la Reserva Chimborazo, ferias y mercados y sitios de atracción en toda la provincia. (Anexo No. 03)

3. Análisis estadístico

a. Análisis del perfil demográfico, socioeconómico y turístico.

1) Procedencia de la demanda

Cuadro No. 13: Distribución de la demanda nacional según la procedencia.

Ciudad de Origen	Frecuencia	Porcentaje
Alausí	2	1,68
Ambato	9	7,56
Baños	8	6,72
Chunchi	3	2,52
Cuenca	2	1,68
Esmeraldas	4	3,36
Galápagos	5	4,20
Guaranda	6	5,04
Guayaquil	9	7,56
Latacunga	3	2,52
Machala	2	1,68
Milagro	3	2,52
Otavalo	3	2,52
Piñas	2	1,68
Portoviejo	3	2,52
Puyo	5	4,20
Quito	26	21,85
Riobamba	9	7,56
Salcedo	5	4,20
Santo Domingo	7	5,88
Tena	3	2,52
Total	**119**	**100**

Análisis: Del segmento de estudio de turistas nacionales la mayoría proceden de la ciudad de Quito en un 22%, seguido de Guayaquil y de Ambato con un 8% cada uno, el 7% procede de Baños, el 6% de Santo Digo., el 5% de Guaranda, mientras que de Puyo, Salcedo y Galápagos registra un 4%, Esmeraldas, Tena y Chunchi 3% y un 2% de Alausí, Cuenca, Machala y Piñas.

Cuadro No. 14: Distribución de la demanda extranjera

País de Origen	Frecuencia	Porcentaje
Alemania	9	7,56
Argentina	7	5,88
Bélgica	4	3,36
Canadá	9	7,56
Chile	2	1,68
China	3	2,52
Colombia	6	5,04
España	11	9,24
Estado Unidos	29	24,37
Finlandia	2	1,68
Francia	6	5,04
Gran Bretaña	2	1,68
Holanda	2	1,68
Inglaterra	12	10,08
Italia	3	2,52
México	2	1,68
Londres	3	2,52
Perú	3	2,52
Sudáfrica	1	0,84
Venezuela	3	2,52
Total	**119**	**100**

Análisis: Los turistas extranjeros proceden en su mayoría de Estados Unidos, el 24%, seguido de Inglaterra 10%, España 9%, Alemania y Canadá 8%, el 6 % vienen de Argentina, el 5% de Colombia y Francia, el 3% de Bélgica, China, Italia, Londres, Perú y Venezuela, mientras que un 2% los proceden de Chile, Finlandia, México, Gran Bretaña y Holanda.

2) Edad

Cuadro No. 15: Distribución de la demanda según la edad

Años	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
18 – 30	69	57,98	29	24,37
31 – 40	30	25,21	56	47,06
41 – 50	17	14,29	22	18,49
51 – 60	3	2,52	12	10,08
Más de 61	0	0	0	0
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: El 58% del mercado nacional tienen entre 18 y 30 años, el 25% tiene entre 31 y 40 años, el 14% entre 41 y 50 años y el 3% entre 51 y 60 años. Del mercado internacional el mayor porcentaje 47% corresponde al rango entre 31 y 40 años de edad, seguido del rango entre 18 y 30 años con 24%, entre 41 y 50años 19% y el 10% entre 51 y 60años.

3) Género

Cuadro No. 16: Distribución de la demanda según el género

Género	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	67	56,30	62	52,10
Masculino	52	43,70	57	47,90
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: El 56% del mercado nacional está conformado por género femenino y el 44% del género masculino, en cuanto al mercado internacional el 52% conforma por individuos del género femenino y el 49% masculino.

4) Ocupación

Cuadro No. 17: Distribución de la demanda de acuerdo a la ocupación

Ocupación	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	12	10,08	8	4,20
Trabajador privado	46	38,66	39	32,77
Trabajador público	38	31,93	49	39,50
Comerciante	20	16,81	151	17,65
Otro	3	2,52	8	5,88
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: En relación a la ocupación del mercado nacional en primer lugar con 39%, se encuentran trabajadores privados, mientras que el 32% son trabajadores del sector público, el 17% son comerciantes, el 10% corresponde a estudiantes y el 2% tiene otro tipo de ocupación no especificada. En el mercado internacional 41% trabajadores públicos, 33% trabajadores privados, 12% comerciantes, 7% estudiantes y el 2,5 tienen otras ocupaciones.

5) Nivel de Instrucción

Cuadro No. 18: Distribución de la demanda de acuerdo al nivel de instrucción

Nivel de Instrucción	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	2	1,68	2	1,68
Secundaria	6	5,04	13	10,92
Tercer nivel	102	85,71	81	68,07
Cuarto nivel	9	7,56	16	13,45
Otro		0,00	7	5,88
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: referente al nivel de instrucción el mercado nacionales está representado con el 86% de individuos con tercer nivel de instrucción, 7% cuarto nivel en maestrías y posgrados, el 5% educación secundaria y el 2% instrucción primaria. El mercado internacional está representado con el 70% de instrucción de tercer nivel, 13% cuarto nivel, 11% instrucción secundaria y el 6% corresponde a otro tipo de instrucción o profesionalización.

6) Motivo de visita

Cuadro No. 19: Motivaciones de viaje de la demanda

Motivos	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Descanso y relax	33	27,73	52	43,70
Aventura y excursiones	50	42,02	46	38,66
Visita a familiares/ amigos	25	21,01	11	9,24
Trabajo	7	5,88	7	5,04
Estudios	4	3,36	3	3,36
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: el mercado nacional prefieren viajes de turismo de aventura y excursión 42%, el 27% por descanso y relax, el 21% es motivado por visitas a familiares y/o amigos, el 6% viaja por motivos de trabajo y un 3% realiza viajes por estudios. El mercado internacional viajan por descanso y relax 44%, el 38% viaja por aventura y excursión, el 21% es motivado por visitas a familiares y/o amigos, el 5% viaja por motivos de trabajo y un 3% realiza viajes por estudios.

7) Acompañamiento del viaje

Cuadro No. 20: Composición de grupos de viaje

Acompañantes	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Con amigos	26	21,85	53	44,54
En familia	59	49,58	35	29,41
En pareja	22	18,49	21	17,65
Solo/a	12	10,08	10	8,40
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: La mayoría de los turistas nacionales prefiere viajar en compañía de familiares (49%), el 22% prefiere viajar con amigos, el 18% viaja en compañía de su pareja y tan solo un 10% prefiere viajar solo. Los turistas extranjeros tienen la preferencia de viajar entre amigo el 44%, el 29% prefiere viajar en compañía de familiares, el 17% viaja en compañía de su pareja y el 8% prefiere viajar solo.

8) Número de acompañaste

Cuadro No. 21: Número de acompañantes que componen el grupo de viaje

No. De Acompañantes	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Solo	12	10,08	10	8,40
2 a 4	83	69,75	86	72,27
5 a 7	17	14,29	20	16,81
8 a 10	7	5,88	3	2,52
Más de 10	0	0	0	0
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: El 69% de turistas nacionales viaja en grupos de 2 a 4 personas, el 14% prefiere grupos de 5 a 7 personas, el 10% viajan solos y el 6% prefiere hacerlo grupos de 8 a 10 personas. Por su parte los turistas extranjeros prefieren viajar entre 2 a 4 personas el 72%, el 17% prefiere viajar en grupos de 5 a 7 personas, el 3% prefiere viajar solo y finalmente 3% prefiere hacerlo en grupos de 8 a 10 personas.

9) Conocimiento de productos patrimoniales agrícolas.

Cuadro No. 22: Conocimiento de productos patrimoniales agrícolas

Lista de Productos	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Amaranto	45	37,82	60	50,42
Arveja	102	85,71	115	96,64
Cebada	106	89,08	102	85,71
Cebolla Blanca	112	94,12	112	94,12
Cebolla colorada	112	94,12	116	97,48
Chocho	112	94,12	100	84,03
Fréjol	112	94,12	115	96,64
Haba	112	94,12	118	99,16
Lenteja	106	89,08	116	97,48
Maíz	118	99,16	112	94,12
Mashua	37	31,09	41	34,45
Melloco	108	90,76	100	84,03
Oca	71	59,66	36	30,25
Papa	119	100,00	119	100,00
Quinua	112	94,12	119	100,00
Trigo	102	85,71	113	94,96
Zanahoria Blanca	72	60,50	42	35,29
Zapallo	108	90,76	90	75,63

Análisis: De la lista de productos patrimoniales agrícolas la más conocida por los turistas nacionales es la papa con el 100%, seguida del maíz con el 99%, la cebolla blanca, cebolla colorada, chocho, fréjol, haba y quinua 94%, el 90% conoce el melloco y el zapallo, el 89% la cebada y la lenteja, el 85% la arveja y el trigo, el 60% la zanahoria y la oca, el 38% conoce el amaranto y el 31% corresponde a la menos conocida, la mashua. Por su parte los turista extranjeros conocen la papa y la quinua en un 100%, seguida de la arveja, cebolla colorada, el fréjol y la lenteja 97%, el 95% conoce el trigo, el 94% la cebolla blanca y el maíz, el 86% la cebada, el 84 la cebolla blanca y el chocho, el 75% el zapallo, el 35% la zanahoria blanca y el 30% la oca.

10) Aceptación e interés del producto turístico basado en los PPA.

Cuadro No. 23: Interés por el producto turístico

Aceptación del producto	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	99	83,19	113	94,96
No	20	16,81	6	5,04
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: El 83% del mercado nacional manifiesta interés por lo productos patrimoniales agrícolas, tan solo el 17% no está interesado. De la demanda internacional el 95% se interesa y el 5% no está interesado.

11) Actividades de interés entorno al producto

Cuadro No. 24: Actividades de interés en torno a los productos patrimoniales agrícolas

Opciones	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Degustar platos típicos	79	66,39	92	77,31
Conocer su valor histórico cultural.	48	40,34	67	56,30
Conocer sobre sus propiedades curativas, nutritivas y rituales	75	63,03	68	57,14
Aprender las prácticas de cultivo	24	20,17	45	37,82
Realizar manjares, postres y otros alimentos a partir de ellos	45	37,82	61	51,26

Análisis: Las actividades en base al producto que prefieren los turistas nacionales son: degustar platos típicos el 66%, conocer sobre sus propiedades curativas, nutritivas y rituales el 63%, seguidas del interés por conocer su valor histórico cultural el 40%, realizar manjares, postres y otros alimentos a partir de ellos el 38% y por último aprender las prácticas de cultivo un 20%.

Los turistas extranjeros prefieren degustar platos típicos el 77%, conocer sobre sus propiedades curativas, nutritivas y rituales el 57%, conocer su valor histórico cultural el 56%, aprender las prácticas de cultivo un 51% y realizar manjares, postres y otros alimentos a partir de ellos el 38%.

12) Actividades de esparcimiento complementarias a los Productos Patrimoniales preferidas por los turistas.

Cuadro No. 25: Actividades turísticas preferencias.

Actividades	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Viaje en tren	99	83,19	90	75,63
Montañismo	56	47,06	88	73,95
Convivencia comunitaria	55	46,22	43	36,13
Observación de flora y fauna	65	54,62	71	59,66
Visitas a centros culturales	75	63,03	67	56,30
Caminatas	75	63,03	83	69,75
Observación de aves	48	40,34	56	47,06
Ciclismo	52	43,70	52	43,70
Campamento	59	49,58	49	41,18
Recorridos religiosos	13	10,92	10	8,40
Visita a atractivos naturales, lagunas, cascadas, aguas termales, etc.	100	84,03	115	96,64

Análisis: De las opciones ofertadas en la provincia, el 84% de los turistas nacionales desean visitar atractivos naturales, el 83%realizar viajes en tren, el 63% visitar centro culturales y realizar caminatas, el 55% observación de flora y fauna, el 50% campamentos, el 47% montañismo y convivencia comunitaria, ciclismo 43%, observación de aves 40% y solo el 10% desea recorridos religiosos. Los turistas extranjeros gustan en un 96% visitar atractivos naturales, el 76%realizar viajes en tren, el 74% montañismo, el 70% realizar caminatas, el 60% observación de flora y fauna, el 56% visita a centro culturales, 47% observación de aves, ciclismo 44%, campamentos 41%, 36% convivencia comunitaria, el 8% desea recorridos religiosos.

13) Duración de viaje

Cuadro No. 26: Duración del viaje

Estancia por días	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	56	47,06	47	39,50
3 a 4	51	42,86	50	42,02
5 a 6	8	6,72	16	13,45
Más de 7	4	3,36	6	5,04
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: La duración de viaje de los turistas nacionales es de 1 a 2 días para un 47%, el 43% de 3 a 4 días, el 5% de 6 a 10 días y el 3% más de 7 días. La duración de viaje para los turistas internacionales es de 3 a 4 días un 42%, un 40% prefiere hacerlo en 2 días, en un 13% de 5 a 6 días y el 5% más de 7 días.

14) Servicios incluidos en el viaje

Cuadro No. 27: Preferencia de servicios que se podrían incluir en el viaje

Variables	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	112	94,12	115	96,64
Hospedaje	109	91,60	101	84,87
Guianza	91	76,47	97	81,51
Transporte	72	60,50	91	76,47
Venta de Souvenirs	8	6,72	29	24,37
Excursiones	83	69,75	95	79,83
Recreación nocturna	35	29,41	40	33,61

Análisis: En relación a los servicios que gustarían incluir en sus viajes la mayoría de turistas nacionales prefiere: alimentación 94%, hospedaje 92%, guianza 77%, excursiones 70%, transporte 60%, recreación nocturna 29% y venta de souvenirs 7%. Mientras que los turistas internacionales prefieren incluir: alimentación 97%, hospedaje 95%, guianza 82%, excursiones 80%, transporte 76%, recreación nocturna 33% y venta de souvenirs 24%.

15) Disponibilidad de gasto diario

Cuadro No. 28: Disponibilidad de gasto diario

Gasto	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
$20 - $40	71	59,66	68	57,14
$50 - $70	39	32,77	43	36,13
$80 - $100	9	7,56	8	6,72
Más de $100				
Total	**119**	**100**	**119**	**100**

Análisis: El gasto diario promedio de los turistas nacionales en un 60% es de 20 a 40 dólares, en un 33% de 50 a 70 dólares diarios y el 8% gastaría de 80 a 100 dólares diarios. Los turistas internacionales disponen para su gasto diario en un 57% de 20 a 40 dólares, mientras que el 36% gastaría de 50 a 70 dólares diarios y el 7% gastaría de 80 a 100 dólares diarios.

16) Principales medios de información turística

Cuadro No. 29: Principales medios de información sugeridos por la demanda

Fuentes de información	Mercado Nacional		Mercado Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	99	83,19	65	54,62
Familiares	55	46,22	42	35,29
Medios televisivos	41	34,45	31	26,05
Agencias de Viajes	21	17,65	59	49,58
Internet	76	63,87	105	88,24
Guías de turismo	35	29,41	51	42,86
Prensa escrita/ Revistas	21	17,65	18	15,13
Otros			**3**	**2,52**

Análisis: Para los turistas nacionales la fuente de información más importante y usual son los amigos en un 83%, seguido de internet 64%, familiares 46%, televisión 34%, información a través de guías de turismo en un 29% y por último en agencias de viajes y prensa escrita. Por su parte los turistas internacionales se informan en un 88% a través de internet, 54% amigos, 50% en agencias de viajes, 43% a través de guías turísticas, 35% familiares, 26 medios televisivos, en un 15% a través de prensa escrita y el 3% a través de otros medios no especificados.

b. Perfil del cliente objetivo.

1) Perfil del turista nacional

- ✓ **Procedencia**: el 22% proviene de la ciudad de Quito, el 8% de Guayaquil y Ambato, el 7% de Baños Santo Domingo y Guaranda
- ✓ **Edad:** El 58% abarca personas cuyas edades están comprendidas entre rango de 18 a 30 años y el 25% de 31 a 40.
- ✓ **Género**: El 56% corresponde a personas del sexo masculino y el 44% del género femenino.
- ✓ **Ocupación**: el 49% son trabajadores privados, el 32% trabajadores púbicos, el 17% comerciantes y el 10% estudiantes.
- ✓ **Nivel de instrucción**: El 86% posee un nivel de instrucción superior.
- ✓ **Motivo de visita**: El 42% viaja por aventura y excursiones, el 28% por descanso y relax, el 21% por visitas a familiares y amigos.
- ✓ **Acompañamiento del viaje:** Al momento de viajar prefieren hacerlo en familia en un 50%, con amigos un 22%, en pareja 19%.
- ✓ **Número de acompañantes**: Generalmente viajan en grupos de 2 a 4 personas (70%), en grupos de 5 a 7 (14%) o a su vez solos (10%)
- ✓ **Conocimientos sobre productos patrimoniales agrícolas**: Los productos más conocidos son: la papa (100%), maíz (99%), la cebolla blanca, cebolla colorada, chocho, fréjol, haba y quinua (94%), el melloco y el zapallo (90%), la cebada y la lenteja(89%), la arveja y el trigo(85%)
- ✓ **Aceptación de los productos patrimoniales**: El 84% está interesado en el producto turístico.
- ✓ **Actividades de interés entorno a los PPA:** El 66%, prefiere degustar platos típicos, el 63%, prefiere conocer las propiedades curativas, nutritivas y rituales, el 40% desea conocer el valor histórico cultural y el 38% elaborar alimentos a partir de los PPA.
- ✓ **Actividades preferidas en los viajes:** Las actividades que prefieren son: Visitar atractivos naturales (84%), viaje en tren (83%), visitas a centros culturales y caminatas (63%).
- ✓ **Duración del viaje:** Un 47% tienen preferencia de estancia entre 1 a 2 días y el 43% de 3 a 4 días.

- ✓ **Servicios que desean incluir en el viaje**: El 94% requiere alimentación, el 92% hospedaje, el 76% guianza, el 70% excursiones y el 61% transporte.
- ✓ **Disponibilidad de gasto por persona por día:** La disponibilidad el 60% de turistas estima su gasto entre $20,00 y $40,00 y el 33% entre $50,00 y $70,00.
- ✓ **Principales medios de información**: El 83% de los turistas se informa a través de los amigos, el 63%, a través de internet y el 46% por familiares.

2) Perfil del turista internacional

- ✓ **Procedencia**: El 24% proviene de Estados Unidos, el 10% de Inglaterra, el8% de Alemania y Canadá
- ✓ **Edad:** El 47% abarca personas cuyas edades están comprendidas entre rango de 31 a 40 años, y un 24% de 41 a 50años.
- ✓ **Género**: El 42% corresponde a personas del género masculino y el 52% del género femenino.
- ✓ **Ocupación**: El 40% son servidores públicos, el 33% son trabajadores privados y el 18% comerciantes.
- ✓ **Nivel de Instrucción**: El 68% posee un nivel de instrucción superior y 13% cuarto nivel.
- ✓ **Motivo de Visita**: El 44% viaja por descanso y relax, el 39% aventura y excursiones, el 9% por visitas a familiares y amigos.
- ✓ **Acompañantes de viaje:** Al momento de viajar prefieren hacerlo en compañía de amigos en un 45%, con familiares un 29% y un 18% en pareja.
- ✓ **Número de acompañantes**: Generalmente viajan en grupos de 2 a 4 personas (72%), en grupos de 5 a 7 (16%) o también solos (8%)
- ✓ **Conocimientos de productos patrimoniales agrícolas**: Los productos más conocidos son: la papa, la quinua y el haba en un 100%, el 86% conoce el trigo, el maíz, la cebolla blanca y el 85% la cebada.
- ✓ **Aceptación de los productos patrimoniales**: El 95% está interesado en el producto turístico.
- ✓ **Actividades de interés entorno a los PPA:** El 77%, prefiere degustar platos típicos, el 57%, prefiere conocer las propiedades curativas, nutritivas y rituales, el 56% desea conocer el valor histórico cultural y el 51% elaborar alimentos a partir de los PPA.

- ✓ **Actividades preferidas en los viajes:** Las actividades que prefieren son: el 97% visitar atractivos naturales, el 73% prefiere viaje en tren, el 74% montañismo y el 70% caminatas.
- ✓ **Duración del viaje:** Un 42% tienen preferencia de estancia entre 3 a 4 días y el 40% de 1 a 2 días.
- ✓ **Los servicios que desean incluir en el viaje**: El 97% requiere alimentación, el 85% hospedaje, el 82% guianza, el 80% excursiones y el 76% transporte.
- ✓ **Disponibilidad de gasto por persona por día.** El 57% de turistas prevé gastar de $20,00 y $40,00 y el 36% entre $50,00 y $70,00.
- ✓ **Principales medios de información**: El 88% de los turistas se informa a través de internet, el 54% por los amigos, el 54% promedio de guías turísticas.

c. Cálculo de proyección de la demanda actual

El universo de estudio corresponde a 51.844 turistas de los cuales 22844 son nacionales y 29033 extranjeros; de los turistas nacionales el 83% está interesado en el producto turístico en torno a los productos patrimoniales agrícolas que corresponde a 18933 turistas y el 95 % de los extranjeros que corresponde a 27581 turistas, generando una demanda potencial de 46514 turistas anuales.

A partir de la demanda potencial correspondiente a 46514 turistas se utilizó la fórmula del incremento compuesto para cinco años y un índice de crecimiento del 4% que fue el porcentaje de incremento de turistas al país en el 2012 de acuerdo al MINTUR, obteniendo el siguiente resultado:

Cuadro No. 30: Proyección de la demanda

Año	Demanda	Factor (1+i)
	Clientes Potenciales	(1+0,04)
2012	46.514	1,04
2013	48.374	1,04
2014	50.309	1,04
2015	54.415	1,04
2016	56.591	1,04
2017	58.855	1,04

La demanda para el producto turístico basado en los productos patrimoniales agrícolas proyectada para el año 2017 sería de 58.855 turistas.

d. Análisis de la oferta

Chimborazo es una provincia que cuenta con una gran riqueza en su patrimonio cultural tangible e intangible, producto de la diversidad cultural que vincula sus atractivos culturales con los naturales. En la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida con expresiones artísticas y culturales que generan un potencial turístico que espera ser divulgado y valorado.

Entre los principales atractivos culturales sobresalen las iglesias presentes en todos sus cantones, las plazas, parques, ferias, fiestas y edificaciones históricas, museos y las manifestaciones y representaciones culturales de las comunidades indígenas y campesinas en todas sus manifestaciones y representaciones, entre los atractivos naturales sobresale el coloso Chimborazo, las áreas protegidas, sus montañas, ríos, lagunas cascadas y diversos ecosistemas propios de la sierra central donde se puede realizar un sinnúmero de actividades para sano entretenimiento y oportuno descanso.

Chimborazo posee una variada gama de productos turísticos que se encuentran posesionados en el mercados turístico, los productos ofertado se complementan con una gran participación de los sectores público, privado y comunitario, los principales son: La rutas del tren con el tramo de Riobamba - Alausí (Ciudades patrimoniales) y la ruta Riobamba – Urbina que se cruza con la Ruta del Hielo en el nevado Chimborazo.

Como producto nacional la provincia forma parte de la Ruta de los Volcanes y del camino del Inca; otro producto fascinante que vende la mágica provincia son las lagunas de Atillo, Ozogoche y Colta, esta última que se conjuga con la importancia histórica de la primera ciudad fundada en nuestro país y junto a esta también la primera iglesia que existió en el Ecuador; no se puede dejar de lados el desierto de Palmira; el Puñay y su misticismo, la Reserva de Producción Faunística Chimborazo que alberga en su interior diversidad de especies de flora y fauna y hogar también de muchas familias Puruháes dignas representantes de la cultura local. Sitio donde además se muestra imponente el Taita Chimborazo, majestuoso y a la vez acogedor ya que permite realizar deportes de aventura (Ciclo paseos, caminatas, montañismo, cayoning, camping, escalada, cabalgatas, baño en las aguas termales y todo cuanto pueda nacer de la creatividad).

Los cantones Guano y Alausí como ciudades de interés cultural, de gente amable, Pallatanga y Cumandá cantones de las cascadas, ríos y bosques. Los cantones agropecuarios Chunchi, Penipe, Guamote y Chambo con sus atractivas comunidades, y propenden a fortalecerse entorno al turismo de aventura, comunitario y agroturismo.

e. Competidores

Si bien es cierto que la agricultura es una de las actividades más practicadas a nivel del país, es verdad también que su fin ha sido de uso alimenticio y como fuente económica a través de la venta, más no se ha planteado una visión patrimonial para uso turístico.

Propuestas relacionadas a la producción orgánica se trabajan en las provincias de Napo, Santo Domingo, El Oro y parte de Zamora en torno al cacao, de igual forma se están desarrollando estudios a partir de la caña de azúcar en los cantones Pallatanga y Cumandá, Sin embargo quienes ya ha posicionado paulatinamente rutas turísticas es la provincia de Guayas donde se señalan tres rutas: de cacao, azúcar y arroz que se desarrollan desde hace algunos años. En tal virtud estas rutas se constituyen en los principales competidores, sin embargo la propuesta actual destaca “la importancia social detrás de las prácticas ancestrales y la valoración patrimonial.”

3) Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se realizó a partir del número de turistas que visitaron la provincia de Guayas en el año 2012, que de acuerdo a la proyección reflejada en el Plan Maestro de Turismo del Gobierno Provincial del Guayas (GADPG) es de 335.000 turistas.

Se toma como referencia esta información dada la inexistencia de datos estadísticos de productos similares en otras regiones del país

Para segmentar la afluencia de turistas en la provincia del Guayas se tomaron los datos porcentuales del MINTUR (Barómetro Turístico 2011), que señala que el 14.96% de los turistas extranjeros y el 7,06 de los turistas nacionales viajan por Turismo de Naturaleza y Ecoturismo. A partir de estos valores se determinó una media que corresponde a 11,46%, este porcentaje se tomó del total de turistas que visitaron la provincia de Guayas en el 2012 por cuanto constituye la competencia y al considerarse la preferencia de Turismo de Naturaleza y Ecoturismo para el presente producto turístico. En tales condiciones el número de turistas que constituyen la oferta para las tres rutas agrícolas del Guayas es de 38.391.

Cuadro No. 31: Proyección de la oferta

Año	Oferta	Factor (1+i)
	Clientes Potenciales	(1+0,04)
2012	38.391	1,04
2013	39.927	1,04
2014	41.524	1,04
2015	43.185	1,04
2016	44.912	1,04
2017	46.709	1,04

4) Confrontación oferta y demanda

a) Demanda insatisfecha proyectada

Para determinar la demanda insatisfecha se hizo una confrontación entre la demanda potencial y la oferta.

La demanda potencial se obtuvo en el estudio de mercado realizado, que determina una aceptación del 95% de turistas extranjeros y 83% de turistas nacionales, dando como dato promedio un 89% correspondiente a 46.141 turistas potenciales. En tal virtud la proyección realizada responde a lo siguiente:

Cuadro No. 32: Cálculo de la demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2012	46.141	38.391	7.750
2013	47.987	39.927	8.060
2014	49.906	41.524	8.382
2015	51.902	43.185	8.717
2016	53.978	44.912	9.066
2017	56.138	46.709	9.429

La proyección expresa un incremento del 18% para el año 2017 correspondiente a 9.429 turistas, en tal virtud se debe trabajar en propuestas estratégicas para atraer a este número significativo de turistas.

.

D. DISEÑO DEL PRODUCTO

1. Ruta en torno a los Productos Patrimoniales Agrícolas de Chimborazo

RUTA DE LOS PRODUCTOS PATRIMONIALES DE CHIMBORAZO		
		
Accesibilidad	Vía asfaltada, empedrada y caminos de tierra.	
Concepto de la ruta	La provincia de Chimborazo se caracteriza por el patrimonio natural y cultural que posee, destacándose además por la alta producción agrícola que suple en gran porcentaje la demanda de alimentos en la región y el país, convirtiéndose en una zona con alto potencial agroturístico.	

	A partir de la importancia agrícola de la provincia se identificaron los productos patrimoniales agrícolas en torno a los cuales se plantea una ruta que combina atractivos, actividades y servicios. Esta ruta refleja las tradiciones culturales productivas, de comercio, consumo e importancia alimenticia, además del valor ritual y festivo de los productos patrimoniales agrícolas considerados indispensables para la dieta alimenticia en toda la provincia.	
Descripción	La ruta propone un recorrido cultural recordando la historia a través de la visita a las principales iglesias, parques, ferias y mercados de los diez cantones de la provincia integrando actividades de convivencia, actividades al aire libre y actividades deportivas. Además se refleja la importancia gastronómica a base de productos patrimoniales, incluso de aquellos que se conocen poco como el amaranto, la zanahoria blanca, la mashua y la oca.	
Demanda potencial	La oferta que incluye las zonas de producción relacionados con los 5 productos patrimoniales agrícolas potenciales (quinua, cebada y trigo, papa y trigo) en Chimborazo, está enfocada a turistas nacionales principalmente de las provincias de Guayas, Pichincha, Bolívar y oriundos de diferentes ciudades del Ecuador, así como a turistas extranjeros que lleguen al país motivados por conocer naturaleza y cultura a través del recorrido en tren, el viaje de acenso al Chimborazo y/o el recorrido en el camino del Inca.	
Objetivo de la ruta	Generar alternativas de viajes a los turistas y nuevas fuentes de empleo en las localidades por las cuales atraviesa la ruta, promoviendo la salvaguarda del patrimonio cultural y natural entorno a la actividad agrícola.	
Potencialidad de la ruta	**Atractivos**	**Planta turística**
	Alausí: Ciudad Patrimonial (CPE), Nariz del diablo, recorrido en tren, Centro histórico, desierto de Palmira, conchas petrificadas de Achupallas, Camino del Inca, parroquias y comunidades. **Colta:** Ciudad Patrimonial Ec. (CPE): Balbanera, Kulta Kocha, Iglesia y Ruina de Sicalpa Comunidad Baldalupaxi.	Comprende los establecimientos privados y/o comunitarios que facilitan la prestación del servicio de hospedaje, alimentación y recreación. (Ver Anexo 1)

	Chunchi: Puñay, parroquias y comunidades agropecuarias. **Guamote:** Feria de Guamote, Comunidad quichua Sablog Chico -Asociación MushujAyllu **Riobamba**(CPE): Ferias, mercados, iglesias, plazas, museos, parques y edificios representativos **Penipe:** La candelaria, Puela, Curiquingue, laguna Condur. Parque central de Penipe. **Guano:** Valle de Elempata (Parapente), Parque central, centros artesanales y gastronómicos, Los Elenes, Lluishig (Escalada en roca). **(**Ver Anexo 2) **Fiestas a nivel de toda la provincia.**	
	Actividades	**Infraestructura social básica**
	Observación de flora y fauna. Visita a sitios naturales. Senderismo. Deportes de aventura Caminatas a los sitios sagrados. Práctica de rituales andinos. Gastronomía tradicional en base a PPA. Preparación de alimentos en base a PPA. Visita y convivencia comunitaria. Participación en actividades agrícolas y ganaderas. Cabalgatas y rodeos. Visita a museos y atractivos culturales.	Los sitios que atraviesa la ruta poseen en mayor y menor medida energía, agua, comunicación, salud, seguridad, manejo de desechos.

a. Propuesta de empaquetamiento entorno a la quinua

PAQUETE No. 1		
LA QUINUA EN CHIMBORAZO		
Código: 001		**Estilo:** Caminata
Idioma de Guianza: Inglés y español		**Duración:** 2 días
Recorrido: Riobamba-Colta-Guamote-Penipe		**Carácter:** Cultural y natural
Mercado Objetivo: Turismo Nacional y Extranjero		**Grado de dificultad:** Fácil
ITINERARIO		
Días	**Hora**	**Actividades**
Día 1	06h00	Encuentro en Riobamba y salida a la comunidad Sablog Chico – Guamote
	07h00	Llegada a la parte alta de la comunidad
	07h10	Charla informativa y treking a la cima de Mira Loma y observación del páramo (fotografías)
	08h30	Desayuno en base a PPA en la granja agroecológica de la comunidad de Sablog Chico
	09h00	Salida a Balda Lupaxi Bajo
	11h00	Observación de actividades agropecuarias de producción de los PPA, principalmente quinua y recorrido por la comunidad
	13h00	Almuerzo en la comunidad en base a PPA
	14h00	Salida a la laguna de Colta y Balbanera (Recorrido histórico y natural)
	17h00	Retorno a Riobamba
	17h30	Llegada a la cena en base a PPA
	19h00	Salida a City night por las principales iglesias de Riobamba.
	20h30	Fin del recorrido
Día 2	06h30	Desayuno en base a PPA
	07h00	Encuentro y salida desde Riobamba a Releche (Cantón Penipe)
	07h30	Arribo y preparación para cabalgata hacia la laguna amarilla
	08h00	Salida a caballo
	09h00	Arribo al valle de Collanes
	09h30	Lunch en base a productos patrimoniales y práctica cultural pampa mesa.
	10h00	Ascenso a la laguna amarilla (tiempo para fotografía)
	12h00	Retorno a Releche
	13h30	Almuerzo en base a PPA
	14h30	Retorno a Riobamba
	15h30	Arribo a Riobamba y Fin del recorrido
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye		- 2 Desayunos, 2 almuerzos, 1 refrigerio en base a productos patrimoniales. - Hospedaje - Guianza nativa - Transporte para el recorrido - Alquiler de caballos y equipos - Material informativo y del recorrido
El paquete no incluye		- Comidas y bebidas extras - Gastos personales.
Precio:		Estime gastar aproximadamente por día: - 2 Pax $ 85,85 - 4 Pax $67,32 - 6 Pax $59,00

Observaciones	- El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, trekking y cabalgatas. Es importante ser puntuales.
Requerimiento:	- Documentos personales para el registro de clientes - Ropa cómoda y accesorios de cuidado personal (protector solar, gafas, gorra, guía de campo, ropa impermeable, zapatos aptos para trekking. - Cámara fotográfica, binoculares.
Prohibiciones:	- Armas y bebidas alcohólicas.
Normas de comportamiento	- Respeto a la naturaleza y los grupos sociales - No botar basura ni llevarse elementos de los sitios, ni animales.
Facilidades turísticas	- Transporte, alimentación, hospedaje, guianza. - Materiales de información. - Materiales y medidas de seguridad.

1) Detalle del costo del paquete (estimado)

Costos Fijos			
Detalle	**Precio del paquete de acuerdo al número de Paxs**		
Costos Generales del Tour	**2**	**4**	**6**
Transporte	$ 120,00	$ 120,00	$ 120,00
Guía Local /Nativo	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00
Total Costos Generales	**$ 160,00**	**$ 160,00**	**$ 160,00**
Costos Variables x huésped			
Desayunos 2	$ 8,00	$ 8,00	$ 8,00
Almuerzos 2	$ 12,00	$ 12,00	$ 12,00
Cena 1	$ 4,00	$ 4,00	$ 4,00
Lunch 1	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00
Hospedaje	$ 20,00	$ 20,00	$ 20,00
Alquiler de equipos y caballos	$ 20,00	$ 20,00	$ 20,00
Total costos variables x huésped	**$ 69,00**	**$ 69,00**	**$ 69,00**
Costos Generales	$ 70,00	$ 40,00	$ 26,67
Costos variables x Pax	$ 69,00	$ 69,00	$ 69,00
Total Costos	**$ 139,00**	**$ 109,00**	**$ 95,67**
Gastos administrativos y de venta 5%	$ 6,95	$ 5,45	$ 4,78
Precio al costo	**$ 145,95**	**$ 114,45**	**$ 100,45**
Utilidad 15%	$ 25,76	$ 20,20	$ 17,73
Precio Neto	$ 171,71	$ 134,65	**$ 118,18**
Precio por día	**$ 85,85**	**$ 67,32**	**$ 59,00**

b. Propuesta de empaquetamiento entorno a la cebada y el trigo.

PAQUETE No. 2		
COSMOVISION Y RITUAL ANDINO DE LOS ALIMENTOS		
Código: 002		**Estilo:** Caminata
Idioma de Guianza: Inglés y español		**Duración:** 2 días
Recorrido:-Alausí -Chunchi-Guamote- Riobamba		**Carácter:** Cultural y natural
Mercado Objetivo: Turismo Nacional y Extranjero		Grado de dificultad: Intermedio
ITINERARIO		
Días	**Hora**	**Actividades**
Día 1	06h30	Encuentro en Riobamba y salida en tren a Alausí.
	09h30	Recorrido a la Nariz del diablo (Lunch)
	10h30	Llegada a Alausí y preparación de salida
	10h40	Charla informativa y salida a Chicho negro
	12h00	Almuerzo patrimonial en la comunidad Santa Rosa
	13h00	Visita a las conchas petrificadas de Chicho Negro
	15h00	Retorno hacia Pistishí y paso por el Capac Ñan
	16h00	Arribo
	18h00	Cena en base a PPA y noche cultural
	20h00	Descanso
Día 2	06h30	Desayuno en la Parroquia en base a PPA
	07h00	Salida a el Puñay
	07h30	Llegada a la comunidad Santa Rosa
	08h00	Charla técnica y ascenso al Puñay
	10h00	Llegada a la cima
	10h10	Charla informativa (Recorrido y fotografía)
	10h30	Ritual andino en uso de los PPA
	11h30	Descenso
	13h30	Almuerzo Retorno a Riobamba
	14h00	Parada en la feria de Guamote (Charla de la cebada y el trigo)
	15h00	Salida a Riobamba
	16h30	Fin del recorrido
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye	- 1 Desayuno, 1 almuerzos, 1 cena, 1 refrigerio en base a productos patrimoniales. - Guianza nativa - Hospedaje - Transporte para el recorrido - Material informativo y del recorrido	
El paquete no incluye	- Comidas y bebidas extras - Gastos personales.	
Precio:	Estime gastar aproximadamente por día: - 2 Pax $ 80,29 - 4 Pax $61,76 - 6 Pax $53,53	
Observaciones	- Es importante ser puntuales. - La opción de visita a la feria puede reemplazarse de acuerdo al día por la feria de Riobamba o Cajabamba.	
Requerimiento:	- Documentos personales para el registro de clientes	

	- Ropa cómoda y accesorios de cuidado personal (protector solar, gafas, gorra, guía de campo, ropa impermeable, zapatos aptos para trekking. - Cámara fotográfica, binoculares.
Prohibiciones:	- Armas y bebidas alcohólicas.
Normas de comportamiento	- Respeto a la naturaleza y los grupos sociales - No botar basura ni llevarse elementos de los sitios, ni animales.
Facilidades turísticas	- Transporte, alimentación, hospedaje, guianza. - Materiales de información - Materiales de seguridad.

1) Detalle del costo del paquete

Costos Fijos			
Detalle	**Precio del paquete de acuerdo al número de Paxs**		
Costos generales del tour	**1**	**2**	**3**
Transporte	$ 120,00	$ 120,00	$ 120,00
Guía Local /Nativo	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00
Total costos generales	**$ 160,00**	**$ 160,00**	**$ 160,00**
Costos Variables x huésped			
Desayunos 1	$ 4,00	$ 4,00	$ 4,00
Almuerzos 2	$ 3,00	$ 3,00	$ 3,00
Cena 1	$ 4,00	$ 4,00	$ 4,00
Lunch 1	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00
Hospedaje	$ 20,00	$ 20,00	$ 20,00
Viaje en tren	$ 24,00	$ 24,00	$ 24,00
Total costos variables x huésped	**$ 60,00**	**$ 60,00**	**$ 60,00**
Costos Generales	$ 70,00	$ 40,00	$ 26,67
Costos variables x Pax	$ 60,00	$ 60,00	$ 60,00
Total costos	**$ 130,00**	**$ 100,00**	**$ 86,67**
Gastos Administrativos y de venta 5%	$ 6,50	$ 5,00	$ 4,33
Precio al costo	**$ 136,50**	**$ 105,00**	**$ 91,00**
Utilidad 15%	$ 24,09	$ 18,53	$ 16,06
Precio Neto	$ 160,59	$ 123,53	**$ 107,06**
Costo por día	**$ 80,29**	**$ 61,76**	**$ 53,53**

c. Propuesta de empaquetamiento entorno a la papa

PAQUETE No. 3		
DISTRACCIÓN EN LA NATURALEZA DE LOS SABORES		
Código: 003		**Estilo:** Caminata
Idioma de Guianza: Inglés y español		**Duración:** 2 días
Recorrido: Riobamba-Colta – Chambo - Guano		**Carácter:** Cultural y natural
Mercado Objetivo: Turismo Nacional y Extranjero		**Grado de dificultad**: Fácil
ITINERARIO		
Días	**Hora**	**Actividades**
Día 1	07h00	Salida a lagunas de Atillo(2°12'0" N, 78°31'0" E)
	08h40	Llegada a las lagunas
	08h50	Desayuno comunitario en base a PPA
	09h00	Treking, información técnica y fotografías.
	11h00	Retorno a Colta
	12h00	Participación en la preparación de alimentos en base a PPA, desde la cosecha hasta el consumo.
	13h00	Almuerzo en Baldalupaxi Bajo con productos de los huertos (especialmente quinua, amaranto y papa) y
	14h00	Charla sobre los PPA (descripción de procesos productivos y de preparación de alimentos, tiempo de esparcimiento
	15h00	Retorno Riobamba
	15h20	Parada en Balbanera.
	16h00	Recorrido por las iglesias de Colta
	18h00	Arribo a Riobamba
	18h30	Cena en Riobamba en base a PPA.
	19h00	Descanso
Día 2	06h30	Salida desde a Guayllabamba (Chambo)
	08h00	Arribo a las aguas termales y preparación para cabalgata por la comunidad
	08h10	Desayuno comunitario en base a PPA
	08h30	Baño y distracción en el sitio (pesca deportiva, recorrido a caballo, baño)
	11h30	Salida a Guano
	12:30	Almuerzo tradicional y recorrido por el centro de Guano
	15h00	Visita al museo del municipio de la momia de Guano y las ruinas (interpretación del recorrido)
	16h30	Retorno a Riobamba
	17h00	Arribo a Riobamba y fin del recorrido
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye		- 2 desayunos, 2 almuerzos, 1 cena. - Guianza nativa - Hospedaje - Entrada a balneario - Transporte para el recorrido
El paquete no incluye		- Comidas y bebidas extras - Actividades dentro del balneario. - Gastos personales.
Precio:		Estime gastar aproximadamente por día: - 2 Pax $ 71,65

	- 4 Pax $56,21 - 6 Pax $49,00
Observaciones	- El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza. - Es importante ser puntuales.
Requerimiento:	- Documentos personales para el registro de clientes - Ropa cómoda y de baño, y accesorios de cuidado personal (protector solar, gafas, gorra, guía de campo, ropa impermeable, zapatos aptos para trekking. - Cámara fotográfica, binoculares.
Prohibiciones:	- Armas y bebidas alcohólicas.
Normas de comportamiento	- Respeto a la naturaleza y los grupos sociales - No botar basura ni llevarse elementos de los sitios, ni animales.
Facilidades turísticas	- Transporte, alimentación, hospedaje, guianza. - Materiales de información. - Materiales y medidas de seguridad.

1) Detalle del costo del paquete

Costos Fijos			
Detalle	**Precio del paquete de acuerdo al número de Paxs**		
Costos generales del tour	**1**	**2**	**3**
Transporte	$ 120,00	$ 120,00	$ 120,00
Guía Local /Nativo	$ 20,00	$ 20,00	$ 20,00
Total costos generales	**$ 120,00**	**$ 120,00**	**$ 120,00**
Costos Variables x huésped (2)			
Desayunos 2	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00
Almuerzos 2	$ 12,00	$ 12,00	$ 12,00
Cena 1	$ 4,00	$ 4,00	$ 4,00
Hospedaje	$ 20,00	$ 20,00	$ 20,00
Entrada al museo	$ 4,00	$ 4,00	$ 4,00
Entrada al balneario	$ 6,00	$ 6,00	$ 6,00
Total costos variables x huésped	**$ 56,00**	**$ 56,00**	**$ 56,00**
Costos Generales	$ 60,00	$ 35,00	$ 23,33
Costos variables x Pax	$ 56,00	$ 56,00	$ 56,00
Total costos	**$ 116,00**	**$ 91,00**	**$ 79,33**
Gastos Administrativos y de venta 5%	$ 5,80	$ 4,55	$ 3,97
Precio al costo	**$ 121,80**	**$ 95,55**	**$ 83,30**
Utilidad 15%	$ 21,49	$ 16,86	$ 14,70
Precio Neto	$ 143,29	$ 112,41	**$ 98,00**
Costo por día	**$ 71,65**	**$ 56,21**	**$ 49,00**

d. Propuesta de empaquetamiento en torno al maíz

PAQUETE No. 4		
RECORRIDO HISTÓRICO NATURAL		
Código: 004		**Estilo:** Caminata
Idioma de Guianza: Inglés y español		**Duración:** 2 días
Recorrido: Riobamba-Guano		**Carácter:** Cultural y natural
Mercado Objetivo: Turismo Nacional y Extranjero		**Grado de dificultad:** Fácil
ITINERARIO		
Días	**Hora**	**Actividades**
Día 1	07h00	Salida a Urbina y templo Machay
	07h40	Arribo al ingreso al templo y charla informativa.
	07h50	Treking hacia el templo Machay observación e interpretación de flora y fauna
	10h00	Llegada al templo Machay, ritual ceremonial en uso de los PPA.
	13h30	Almuerzo
	15h00	Salida al refugio Hermanos Carrel y Whymper de la reserva Chimborazo
	15h30	Tiempo para fotografías
	17h00	Retorno a Riobamba
	17h30	Fin del recorrido.
	18h00	Descanso
Día 2	07h30	Visita para el desayuno en base a PPA en el mercado la Condamine (Mote, papa, habas, choclo, curtido con cebolla, zanahoria, etc) Explicación de la importancia de estos productos.
	08h30	Salida a Flores y la comunidad El obraje (centro cultural del maíz)
	09h40	Arribo, interpretación de las épocas de haciendas y demostración de la elaboración de ponchos de lana de borrego con diseños y colores típicos.
	12h00	Participación en la elaboración del almuerzo comunitario en el Obraje, comida compartida explicación de los procesos de cultivo.
	13h30	Salida a Punín
	14h00	Recorrido por el museo paleontológico
	15h30	Retorno a Riobamba
	16h00	Fin del recorrido
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye		- 1 Desayunos, 2 almuerzos, 1 refrigerio en base a productos patrimoniales, 1 cena. - Guianza nativa - Hospedaje - Transporte para el recorrido - Alquiler de caballos y equipos - Material informativo y del recorrido
El paquete no incluye		- Comidas y bebidas extras - Gastos personales.
Precio:		Estime gastar aproximadamente por día: - 2 Pax $ 54,35 - 4 Pax $ 42,00 - 6 Pax $ 35,82
Observaciones		- El paquete está diseñado para turistas nacionales y extranjeros. - Visita a sitios muy fríos.
Requerimiento:		- Documentos personales para el registro de clientes

	- Ropa cómoda y accesorios de cuidado personal (Protector solar, gafas, gorra, guía de campo, ropa impermeable, zapatos aptos para trekking. - Cámara fotográfica, binoculares.
Prohibiciones:	- Armas y bebidas alcohólicas.
Normas de comportamiento	- Respeto a la naturaleza y los grupos sociales - No botar basura ni llevarse elementos de los sitios, ni animales.
Facilidades turísticas	- Transporte, alimentación, hospedaje, guianza. - Materiales de información. - Artesanía de recuerdo

1) Detalle del costo del paquete

Costos Fijos			
Detalle	**Precio del paquete de acuerdo al número de Paxs**		
Costos generales del tour	**2**	**4**	**6**
Transporte	$ 120,00	$ 120,00	$ 120,00
Total costos generales	**$ 120,00**	**$ 120,00**	**$ 120,00**
			Costos Variables x huésped
Desayunos 1	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00
Almuerzos 2	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00
Cena 1	$ 4,00	$ 4,00	$ 4,00
Lunch 1	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00
Hospedaje	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00
Entrada al museo	$ 4,00	$ 4,00	$ 4,00
Total costos variables x huésped	**$ 38,00**	**$ 38,00**	**$ 38,00**
Costos Generales	$ 50,00	$ 30,00	$ 20,00
Costos variables x Pax	$ 38,00	$ 38,00	$ 38,00
Total costos	**$ 88,00**	**$ 68,00**	**$ 58,00**
Gastos Administrativos y de venta 5%	$ 4,40	$ 3,40	$ 2,90
Precio al costo	**$ 92,40**	**$ 71,40**	**$ 60,90**
Utilidad 15%	$ 16,31	$ 12,60	$ 10,75
Precio Neto	$ 108,71	$ 84,00	**$ 71,65**
Costo por día	**$ 54,35**	**$ 42,00**	**$ 35,82**

e. Propuesta de empaquetamiento entorno al fréjol

PAQUETE No. 5			
CASCADAS DEL SUBTRÓPICO CHIMBORAZO			
Código: 005			**Estilo:** Caminata
Idioma de Guianza: Inglés y español			**Duración:** 2 días
Recorrido: Pallatanga - Cumandá			**Carácter:** Cultural y natural
Mercado Objetivo: Turismo Nacional y Extranjero			**Grado de dificultad:** Fácil
ITINERARIO			
Días	**Hora**	**Actividades**	
Día 1	07h00	Salida desde Riobamba a Pallatanga a la cascada el Dorado	
	09h00	Caminata a las cascadas	
	09h30	Charla y refrigerio en base a PPA patrimonial	
	10h00	Espacio de entretenimiento (baño, fotografía, caminata cercana.)	
	12h00	Salida a Chazasal	
	12h30	Almuerzo	
	13h30	Práctica de escalada o rapel en la cascada Chazasal, rafting o tubbing.	
	16h00	Tiempo de fotografía y distracción acompañado de una charla técnica.	
	16h20	Salida a Cumandá al recinto Guagal.	
	17h30	Armar el campamento	
	19h00	Cena en base a PPA - Noche cultural	
	20h00	Descanso	
Día 2	07h30	Salida a Suncamal a caballo	
	08h30	Desayuno en San Vicente	
	09h40	Recorrido por el recinto (Trapiche rudimentario, fábrica de lácteos, fábrica Biocaña y cultivos de fréjol, explicación de procesos, variedades y preparación de alimentos)	
	12h00	Almuerzo en base a PPA	
	12h30	Visita a la Hacienda Surucay	
	12h50	Recorrido e interpretación del a actividad agrícola de la hacienda.	
	15h30	Retorno a Riobamba	
	17h00	Fin del recorrido.	
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE			
El paquete incluye		- 1 Desayunos, 2 Almuerzos, 1 Lunch en base a productos patrimoniales, 1 Cena. - Guianza nativa - Hospedaje - Práctica de deporte extremo - Transporte para el recorrido	
El paquete no incluye		- Comidas y bebidas extras - Gastos personales.	
Precio:		Estime gastar aproximadamente por día: - 2 Pax $ 75,35 - 4 Pax $ 56,82 - 6 Pax $ 50,65	
Observaciones		- El paquete está diseñado para turistas nacionales y extranjeros. - Visita a sitios muy fríos.	
Requerimiento:		- Documentos personales para el registro de clientes	

	- Ropa cómoda y accesorios de cuidado personal (Protector solar, gafas, gorra, guía de campo, ropa impermeable, zapatos aptos para trekking. - Cámara fotográfica, binoculares.
Prohibiciones:	- Armas y bebidas alcohólicas.
Normas de comportamiento	- Respeto a la naturaleza y los grupos sociales - No botar basura ni llevarse elementos de los sitios, ni animales.
Facilidades turísticas	- Transporte, alimentación, hospedaje, guianza. - Deporte extremo - Artesanía de recuerdo

1) Detalle del costo del paquete

Costos Fijos			
Detalle	**Precio del paquete de acuerdo al número de Paxs**		
Costos generales del tour	**2**	**4**	**6**
Transporte	$ 80,00	$ 120,00	$ 120,00
Guía Local /Nativo	$ 40,00	$ 40,00	$ 40,00
Total costos generales	**$ 120,00**	**$ 160,00**	**$ 160,00**
			Costos Variables x huésped (2)
Desayunos 1	$ 6,00	$ 6,00	$ 6,00
Almuerzos 2	$ 12,00	$ 12,00	$ 12,00
Cena 1	$ 4,00	$ 4,00	$ 4,00
Lunch 1	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00
Hospedaje (Equipo de camping)	$ 20,00	$ 20,00	$ 20,00
Deporte extremo	$ 10,00	$ 10,00	$ 10,00
Entrada al museo	$ 5,00	$ 5,00	$ 5,00
Total costos variables x huésped	**$ 62,00**	**$ 62,00**	**$ 62,00**
Costos Generales	$ 60,00	$ 30,00	$ 20,00
Costos variables x Pax	$ 62,00	$ 62,00	$ 62,00
Total costos	**$ 122,00**	**$ 92,00**	**$ 82,00**
Gastos Administrativos y de venta 5%	$ 6,10	$ 4,60	$ 4,10
Precio al costo	**$ 128,10**	**$ 96,60**	**$ 86,10**
Utilidad 15%	$ 22,61	$ 17,05	$ 15,19
Precio neto	$ 150,71	$ 113,65	**$ 101,29**
Costo por día	**$ 75,35**	**$ 56,82**	**$ 50,65**

2. Estrategias de difusión y comercialización

Los procesos y acciones a seguir para posicionar el producto turístico de los Productos Patrimoniales Agrícolas se detallan a continuación.

a. Canales de distribución

Para el posicionamiento de los productos patrimoniales agrícolas se debe utilizar diferentes canales de comercialización:

1) Comercialización directa

Siendo la que menor costo implica, se convierte en un canal muy utilizado. A través de publicidad en ferias, ventas IN SITU desde la oficina, a través de venta a diferentes organizaciones y a entidades educativas, procurando cubrir el mercado nacional e internacional.

2) Comercialización indirecta

A través de alianza con entidades turísticas, agencias, operadoras, hoteles, ONGs, vinculación con organizaciones públicas, guías u organizaciones independientes mediante un pago de comisión y facilitando material promocional.

Para la comercialización el uso de los diferentes canales considera costos de comisión y facturación y se debe trabajar con sitios estratégicos de publicidad de tal modo que el producto llegue al cliente y se logre incrementar la cuota de mercado a captar.

b. Estrategia de Marketing Mix

A partir del perfil del turista resultante del estudio de mercado se definieron las siguientes estrategias, con base en los componentes del Marketing Mix (producto, precio, plaza, promoción)

1) Estrategia del producto

Estrategia	Política de funcionamiento
Articulación de la ruta con productos posicionados como las rutas del tren, del hielo, de los volcanes, camino del Inca.	Para innovar y diversificar las oferta de la ruta se propone estructurar paquetes que integren las principales rutas nacionales vinculando actividades como trekking a lagunas y recorridos por centros históricos culturales, asensos y descensos de montaña, recorrido en tren y/o visita a áreas protegidas, de tal modo que se genere mayor interés de visitación.
Implementación de un sistema de calidad a nivel de producción agrícola (certificación de producción orgánico)	Para resaltar la expresión y sentido cultural del producto turístico se plantea implementar un sistema de calidad y/o acceder a una certificación orgánica de los PPA, tanto de los sistemas de producción como de los procesos de transformación artesanal y/o tecnificada.
Implementación de un sistema de calidad de servicios.	Implementar procesos de buenas prácticas en los establecimientos de servicios turísticos, agencias y comunidades de tal modo se genere valor agregado a la oferta constituyéndose en prácticas sostenibles.

2) **Estrategia de precio**

Estrategia	Política de funcionamiento
Alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos privados, comunitarios e instancias del sector público.	Establecer acuerdos con prestadores de servicios para acceso a descuentos, gratuidades y promociones en los servicios de hospedaje, alimentación, guianza, alquiler de equipos y transporte. Este proceso se definirá considerando la temporada y el número de clientes, a más de las políticas de negociación que establezcan los prestadores de servicios. Esto permitirá contar con precios rentables para el emprendimiento turístico y asequibles para el turista.
Establecer precios de venta de acuerdo al mercado	Se mantendrán los rangos de precios de acuerdo al mercado, precios justos determinados a partir de la disponibilidad económica de los clientes y de los costos por comisión, para lo cual se debe investigar periódicamente al mercado y la competencia.
Precios especiales	Aplicar incentivos para viajes con tarifas especiales por grupos y/ o temporada, ofertas en fechas festivas para clientes fijos o reincidentes. Implementar un sistema de descuento por compras frecuentes y a clientes nuevos.

3) **Estrategias de plaza**

Una de las estrategias referentes a plaza involucra alianzas con agencias y operadoras de trayectoria y experiencia en productos relacionados al ecoturismo, montañismo, convivencia comunitaria y otras ofertas de tipo cultural. Se sugiere que de forma particular comunidades que oferten el producto turístico establezcan convenios de negocios con Incañan Ecotourism, Andes Spirit, Nevados Tour, Riobamba Travel, de la mism forma la empresa privada puede generar alianzas entre sí con participación comunitaria y mediante la condición de comisión.

Otra estrategia constituye el acercamiento a los Ministerios de Agricultura, Turismo, Ambiente y Cultura para promocionar el producto turístico de los PPA bajo la importancia de

identidad cultural provincial y de conservación. Alianzas con fundaciones como Maquitac Cushunchic para financiamiento, y organizaciones como ERPE, CORDTUCH, CAPTUR para asesoría y gestión. Otra organización que puede colaborar en el tema de producción orgánica y comercio justo es Heifer Ecuador con quien se podría gestablecer compromisos de apoyo en las áreas de comercialización justa, mejoramiento de la producción, y financiamiento.

4) Estrategia de promoción en ventas

Estrategia	Política de funcionamiento
Manejo de una marca en publicidad.	Se propone diseñar un logotipo que se usará en todas las herramientas y formas publicitarias el cual describa la riqueza patrimonial de los PPA y de la provincia de Chimborazo.
Promociones en centros educativos.	Realizar acercamientos a entidades educativas y ofertar promociones de temporada, salidas educativas y paquetes de fin de periodo académico.
Difusión en medios de información.	La oferta se difundirá a través del internet, en agencias de viajes y a nivel nacional en medios de comunicación local como televisión, radio, prensa escrita. Fortalecer los criterios de calidad en el servicio como garantía del sistema boca – oído como estrategia de referencia entre amigos y familiares. Difusión de la oferta en guías de turismo locales y nacionales, las mismas que pueden ser financiadas a través de las alianzas con los distintos sectores vinculados en la actividad turística. Distribución de material promocional en sitios de afluencia de turistas (ITURs, municipios, Ministerios, embajadas y establecimientos).
Lanzamiento del producto	Realizar un evento inaugural con la participación del Consejo Provincial, GAD Cantonal, ASOGOPARCH, ESPOCH, COMICH, prestadores de servicios, organizaciones públicas, agencias y operadoras de turismo de turismo que trabajen con turismo sostenible.

5) **Medios de difusión del producto**

Tipo de publicidad	Detalle	Políticas de funcionamiento	Target
Internet	Diseño de una página web que se mantendrá actualizada	Se realizarán actualizaciones periódicas de información de servicios, promociones, paquetes y eventos a realizarse	Turistas que se informan a través de la red.
Agencias	Mediante convenios con las agencias de viajes de la provincia se hará conocer el producto turístico como una oferta alternativa y complementaria a las prestadas por dichas agencias.	Se entregará el material informativo y publicitario con el uso de la marca (Guía del producto) en el Itur, la COMICH y en MINTUR.	Turistas extranjeros
Publicidad a través de medios televisivos y radiales	Se diseñarán propagandas en audio y video utilizando el slogan y la imagen, los cuales indicarán contactos, modalidades, y demás información referente al servicio y empaquetamiento.	Se presentarán en tiempos determinados por los primeros 2 meses y luego se anunciarán a través de otros medios.	Turistas nacionales
Trípticos	Se imprimirán 1000 trípticos de presentación con el uso adecuado de la imagen.	Los trípticos se entregarán en sitios de concurrencia como la estación del ferrocarril, el MINTUR la Reserva Chimborazo.	Turistas nacionales y extranjeros.

6) Líneas estratégicas del producto

a) Valor diferencial

La principal característica que diferencia nuestro producto es la base patrimonial como eje transversal en la prestación de servicios buscando entre otras cosas:

- Sostenibilidad ambiental, social y económica, mediante prácticas de equidad y solidaridad.
- Recuperación y protección de las tradiciones productivas propias de la cultura local, a través de la convivencia comunitaria y el acceso a productos sanos.
- Servicios turísticos articulados a otros productos que generan oportunidad a nivel provincial.

b) Branding y posicionamiento

Es importante el posicionamiento estratégico en el mercado de acuerdo al valor diferencial que posee el producto, a través de la marca (logotipo y slogan), de tal manera que llegue al consumidor dándole razones únicas de compra.

3. Estudio legal administrativo y de operación

a. Estructura legal

1) Asociación de turismo

Para la operación del producto se propone la creación de una asociación de turismo comunitario a cargo de la Confederación del Movimiento Indígena de Chimborazo COMICH, inicialmente ésta se constituye en la instancia comunitaria con experiencia organizativa, para colaborar con la operación del producto.

Una asociación suscrita bajo la Ley de Turismo y constituida como una empresa de servicios regulada por:

- Constitución Política de la República del Ecuador 2008, Artículos 319,321y 325.
- Ley de turismo
- Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas, codificaciones, liquidaciones, disoluciones, registros de socios y directivas de las organizaciones previstas en el Código Civil y en las leyes especiales.
- Estatuto legal de la asociación de Turismo. (Anexo No.4)

2) Centro de turismo comunitario

La operación se debe llevar a cabo con las comunidades asentadas en torno a la ruta, las mismas que deberán estar legalmente constituidas y asumir la categoría de Centro de Turismo Comunitario amparados en las siguientes normas:

- Constitución Política de la República del Ecuador 2008, Artículos 56-59, 319-321 y 404.
- Ley de turismo, Artículos 1, 3, 4, 7, 8, 9, 12, 20, 33, 58 y 60.
- Reglamento General a la Ley de Turismo, Artículo 43.
- Reglamento General de Actividades Turísticas, Artículo 141, 142, 149 y 151.
- Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios, Artículos 1, 2, 4, 19.

Todas las comunidades que se integran al producto que desean trabajar como centros de Turismo Comunitario deberán registrarse en el Ministerio de Turismo cumpliendo los siguientes requisitos:

- Solicitud de registro dirigida al ministerio de Turismo indicando el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.

- Acta de la Asamblea General de la comunidad firmada por los miembros aseverando la decisión de registrarse en el MINTUR.
- Documentos que respalden la preparación turística de los responsables de servicios a prestarse, con mínimo de 40horas.
- Documento de estructura orgánica.
- Pago del valor de registro en el MINTUR
- Copia certificada de Registro único del contribuyente RUC de la persona jurídica.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitarias expendido por la Secretaría de Pueblos Sociales y Participación Ciudadana.

b. Estructura administrativa

1) Misión

Desarrollar turismo sostenible de calidad, promoviendo alternativas de viaje con propuestas innovadoras y con responsabilidad social, económica y ambiental, generando oportunidades de desarrollo comunitario e identitario en base a la cultura local.

2) Visión

Ser una organización fortalecida y comprometida con el desarrollo local a través del cuidado del medio ambiente y la protección del patrimonio cultural que forma parte de la oferta turística.

3) Objetivo de mercado

- Captar al menos el 25% de la demanda objetivo de mercado durante los primeros 3 años de operación del producto, en procura de lograr la sostenibilidad de las asociaciones comunitarias que comercializan turismo.

4) Principios y valores

La presente planificación responde a principios y valores encauzados en la calidad de la oferta tales como innovación y capacitación, confiabilidad, honestidad, calidad en el servicio al cliente, comprensión y promoción de los valores éticos, respeto, responsabilidad, equidad y justicia social.

5) Estructura orgánica

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos son necesarios procedimientos sistematizados, reglas y una estructura orgánica sólida y dinámica. En respeto a las formas de organización social de tipo comunitaria, se propone una estructura sencilla capaz de articularse a los requerimientos de operación.

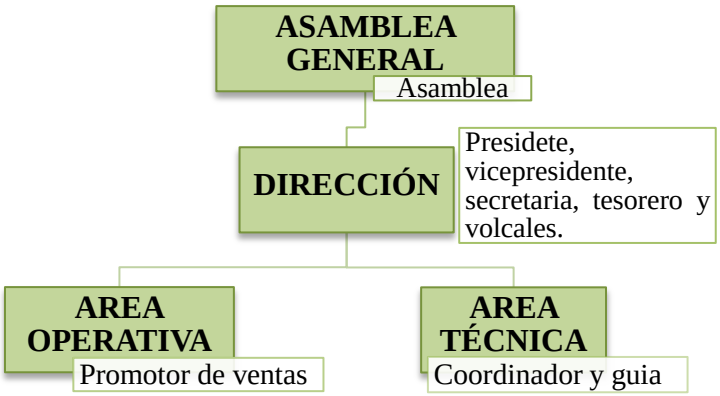


Gráfico 7: Organigrama Estructural y Funcional para la operación turística del producto PPA

6) Manual de cargos y funciones

Los procedimientos normados para la operación incluyen un manual de cargos y funciones de acuerdo a la estructura orgánica, con la finalidad de mantener un régimen diferenciado referente a las responsabilidades del cargo y que además señale el perfil adecuado para el mismo. Para las áreas técnica y operativa se recomienda la contratación de técnicos especializados por cuanto son funciones que se plantéan a largo plazo y además por requerirse conocimientos en áreas específicas.

Cuadro No. 33: Manual de cargo y funciones del presidente

Datos de Identificación			
PRESIDENTE			
Localización	Presidencia	**Nivel de reporte inmediato**	Asamblea General
Misión del Cargo			
Velar por el cumplimiento de la misión organizacional y alcanzar la visión, Gestionar, supervisar, orientar y organizar el recurso humano y los servicios.			
Colaboradores directos	Secretaria(o), Vicepresidente, Operador y coordinador.		
Contactos externos	Clientes locales y extranjeros, Proveedores locales y Organizaciones públicas y privadas.		
Contactos internos	Área operativa y área técnica y otros gremios importantes.		
PERFIL	**Formación académica**	Sin especificación.	
	Conocimientos adicionales	Realidad sociopilíticas del entorno comunitario	
	Idiomas necesarios	Español	
	Nivel de experiencia	Mínimo de 1 año en posiciones o funciones similares.	
Responsabilidades del cargo			
✓ Fijar las metas y presupuestos a corto, mediano y largo lazo ✓ Tomar decisiones en función del desarrollo de las comunidades y actividad turística-productiva ✓ Liderar el proceso de ventas, brindando apoyo a todas las áreas comerciales. ✓ Controlar el cumplimiento de la planificación estratégica, supervisando su correcta ejecución. ✓ Mantener las relaciones de primer nivel con socios estratégicos (principales clientes y principales proveedores). ✓ Asegurar y velar por la obtención de la rentabilidad que se haya definido y presupuestado en la asociación. ✓ Buscar la innovación tecnológica y mantener el liderazgo del negocio. ✓ Autorizar cambios de presupuestos de obras y proyectos. ✓ Determinar los precios de venta y descuentos de los diferentes proyectos presupuestados y las condiciones de crédito y aprobar las liquidaciones de comisiones de ventas. ✓ Manejar el flujo de caja y aprobar los ingresos y egresos de efectivo dentro de los lineamientos estratégicos de la Empresa. ✓ Brindar capacitación y mantener preocupación por el desarrollo propio y de los miembros de su equipo de trabajo. ✓ Supervisar los recursos económicos, flujo de caja, ingresos y egresos. ✓ Velar por la ejecución de procesos amigable con el planeta. ✓ Rendir cuentas y presentar informes a la junta directiva.			

Cuadro No. 34: Manual de cargo y funciones del vicepresidente (a)

Datos de Identificación			
VICEPRESIDENTE (A)			
Localización	Vicepresidencia	**Nivel de reporte inmediato**	Presidente
Misión del Cargo			
Gestionar, supervisar, orientar y organizar el recurso humano y los servicios en ausencia del presidente			
Colaboradores directos	Presidente, Secretaria(o).		
Contactos externos	Clientes locales y extranjeros, Proveedores locales y Organizaciones públicas y privadas.		
Contactos internos	Asamblea, presidente y miembros de la asociación.		
PERFIL	**Formación académica**	Sin especificación	
	Conocimientos adicionales	Ser miembro de la asociación y conocimientos de la realiad local.	
	Idiomas necesarios	Español	
	Nivel de experiencia	De 1 años en posiciones o funciones similares.	
Responsabilidades del cargo			
Cumple las funciones del presidente en su ausencia: ✓ Tomar decisiones en ausencia del presidente ✓ Brindar apoyo a todas las áreas comerciales. ✓ Controlar el cumplimiento de la planificación estratégica y su correcta ejecución. ✓ Mantener las relaciones con todos los miembros involucrados a la actividad. ✓ Participar en las reuniones de asamblea y promover actas. ✓ Brindar capacitación y mantener preocupación por el desarrollo propio y de los miembros de su equipo de trabajo, velar por la ejecución de procesos amigable con el planeta. ✓ Rendir cuentas y presentar informes a la junta directiva y al presidente.			

Cuadro No. 35: Manual de cargo y funciones del secretario (a)

Datos de Identificación			
SECRETARIO (A)			
Localización	Secretaría	**Nivel de reporte inmediato**	Presidente
Misión del Cargo			
Revisar, procesar, archivar e informar todas las transacciones concernientes a la asociación.			
Colaboradores directos	Presidente, tesorero y coordinador.		
Contactos externos	Clientes, proveedores, organizaciones públicas y privadas.		
Contactos internos	Asamblea, presidente y miembros de la asociación.		
PERFIL	**Formación académica**	Título de bachiller o tercer nivel, acorde a la decisión de la asamblea.	
	Conocimientos adicionales	Conocimientos básicos en informática y contabilidad.	
	Idiomas necesarios	Español	
	Nivel de experiencia	Mínimo de un año.	
Responsabilidades del cargo			
Cumple las funciones del presidente en su ausencia: ✓ Acatar la disposición y los estatutos. ✓ Asistir a las asambleas. ✓ Revisar libros, actas, resoluciones, de las asambleas. ✓ Tomar decisiones en función del desarrollo de la compañía y sus miembros. ✓ Elaborar nóminas y archivos. ✓ Documentar inventarios, llamadas, reservaciones. ✓ Trabajar en coordinación directa con el coordinador y los operadores turísticos. ✓ Presentar informes mensuales sobre todas las actividades realizadas. ✓ Atender y recibir a los turistas y realizar el debido manejo de quejas y solicitudes.			

Cuadro No. 36: Manual de cargo y funciones del tesorero (a)

Datos de Identificación			
TESORERO (A)			
Localización	Tesorería	**Nivel de reporte inmediato**	Presidente
Misión del Cargo			
Llevar el control económico financiero de la asociación.			
Colaboradores directos		Presidente, o vicepresidente, Secretario y miembros de la asociación	
Contactos externos		Comisiones especiales, proveedores locales, secretario.	
Contactos internos		Asamblea, presidente y miembros de la asociación.	
PERFIL	**Formación académica**	Título profesional de segundo o tercer nivel de acuerdo a la misión y visión y a las autoridades.	
	Conocimientos adicionales	Ser miembro de la asociación y conocimientos de contabilidad, informática, facturación, turismo y ambiente.	
	Idiomas necesarios	Español	
	Nivel de experiencia	Mínimo de un año.	
Responsabilidades del cargo			
Cumple las funciones del presidente en su ausencia: ✓ Acatar las disposiciones, estatutos y reglamentos internos. ✓ Llevar un inventario de bienes, valores y obligaciones de la asociación. ✓ Llevar un proceso contable que ayude al manejo económico de la asociación. ✓ Presentar el informe económico. ✓ Tomar la responsabilidad de los fondos. ✓ Permitir la revisión de los libros a su cargo. ✓ Efectuar pagos, compras y pagos de servicios y bienes correspondientes a la asociación. ✓ Ocuparse de asuntos tributarios.			

Cuadro No. 37: Manual de cargo y funciones del promotor (a) de ventas

<table>
<tr><th colspan="5">PROMOTOR (A) DE VENTAS</th></tr>
<tr><td colspan="2">Localización</td><td>Área comercial</td><td>Nivel de reporte inmediato</td><td>Presidente</td></tr>
<tr><td colspan="5">Misión del Cargo</td></tr>
<tr><td colspan="5">Promocionar y comercializar el producto, servicios y actividades de la asociación.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Colaboradores directos</td><td colspan="3">Secretario, tesorero y coordinador.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Contactos externos</td><td colspan="3">Clientes, Proveedores, Organizaciones públicas y privadas.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Contactos internos</td><td colspan="3">Miembros de la asociación y directiva</td></tr>
<tr><td rowspan="4">P E R F I L</td><td>Formación académica</td><td colspan="3">Título profesional en ecoturismo, hotelería y turismo, administración, publicidad, etc. acorde a la decisión de la asamblea.</td></tr>
<tr><td>Conocimientos adicionales</td><td colspan="3">Informática, contabilidad, facturación y operación turística. Dominar proyectos turísticos.</td></tr>
<tr><td>Idiomas necesarios</td><td colspan="3">Inglés avanzado, hablado y escrito.</td></tr>
<tr><td>Nivel de experiencia</td><td colspan="3">Mínimo de 2 años.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Responsabilidades del cargo</td></tr>
<tr><td colspan="5">✓ Promover y acatar la disposición y los estatutos.
✓ Estar atento a las decisiones que se tomen en la asamblea general.
✓ Coordinar actividades con el directivo y el área operativa
✓ Elaboración desarrollo y venta de paquetes y de tours.
✓ Distribuir material promocional y encargarse de la difusión y promoción de servicios.
✓ Dar seguimiento y evaluación de los servicios que se prestan.
✓ Ofertar y comercializar el producto al mercado.</td></tr>
</table>

Cuadro No. 38: Manual de cargo y funciones del coordinador (a)

<table>
<tr><th colspan="4">COORDINADOR (A)</th></tr>
<tr><td>Localización</td><td>Coordinación</td><td>Nivel de reporte inmediato</td><td>Promotor de ventas</td></tr>
<tr><td colspan="4">Misión del Cargo</td></tr>
<tr><td colspan="4">Planificar, coordinar y orientar todo lo concerniente a la operación (Guianza, contactos, tiempos, precios, contactos, etc.)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Colaboradores directos</td><td colspan="2">Secretario, tesorero y coordinador.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Contactos externos</td><td colspan="2">Prestadores de servicios, sector público, privado y comunitario y clientes en general.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Contactos internos</td><td colspan="2">Secretaría, promotor, miembros de la asociación y directiva</td></tr>
<tr><td rowspan="4">P E R F I L</td><td>Formación académica</td><td colspan="2">Título profesional de segundo o tercer nivel, acorde a la decisión de la asamblea.</td></tr>
<tr><td>Conocimientos adicionales</td><td colspan="2">Conocimientos de turismo, ambiente, y del territorio</td></tr>
<tr><td>Idiomas necesarios</td><td colspan="2">Inglés y español.</td></tr>
<tr><td>Nivel de experiencia</td><td colspan="2">Mínimo de un año.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Responsabilidades del cargo</td></tr>
<tr><td colspan="4">✓ Promover y acatar la disposición y los estatutos.
✓ Coordinar actividades de logística
✓ Realizar con contactos a tiempo para los tours.
✓ Organizar las actividades y los tiempos de salida así como los grupos y su distribución.
✓ Llevar a cabo relaciones comerciales con los prestadores de servicios externos.
✓ Estar atento a los cambios de actividades, decisiones o preferencias del cliente.
✓ Supervisar la calidad en la atención y prestación del servicio.</td></tr>
</table>

7) Manual de Procedimientos

El manual de procedimientos establece las actividades a realizarse para cada momento de la operación, debe ser definido para cada proceso de modo que la organización sea adecuada y no existen problemas en la operación.

c. Proceso de reservación

i. Procedimiento para la reservación

- Se puede realizar por teléfono, internet o personalmente e incluye:
- Responder con un saludo identificándose a sí mismo y a la asociación.
- Tomar nota y dar explicación de lo solicitado.
- Escuchar y ofertar los paquetes.
- Apuntar los datos personales y datos referente al servicio de él o los clientes, fecha, hora, requerimientos.
- Reservar de acuerdo a la fecha en el calendario.
- Confirmar los datos.
- Solicitar el pago anticipado del 50% del costo del servicio con suficiente anticipación.
- Dar la ubicación de sitio, confirmar la reserva y despedirse.

ii. Flujograma del proceso de reservación

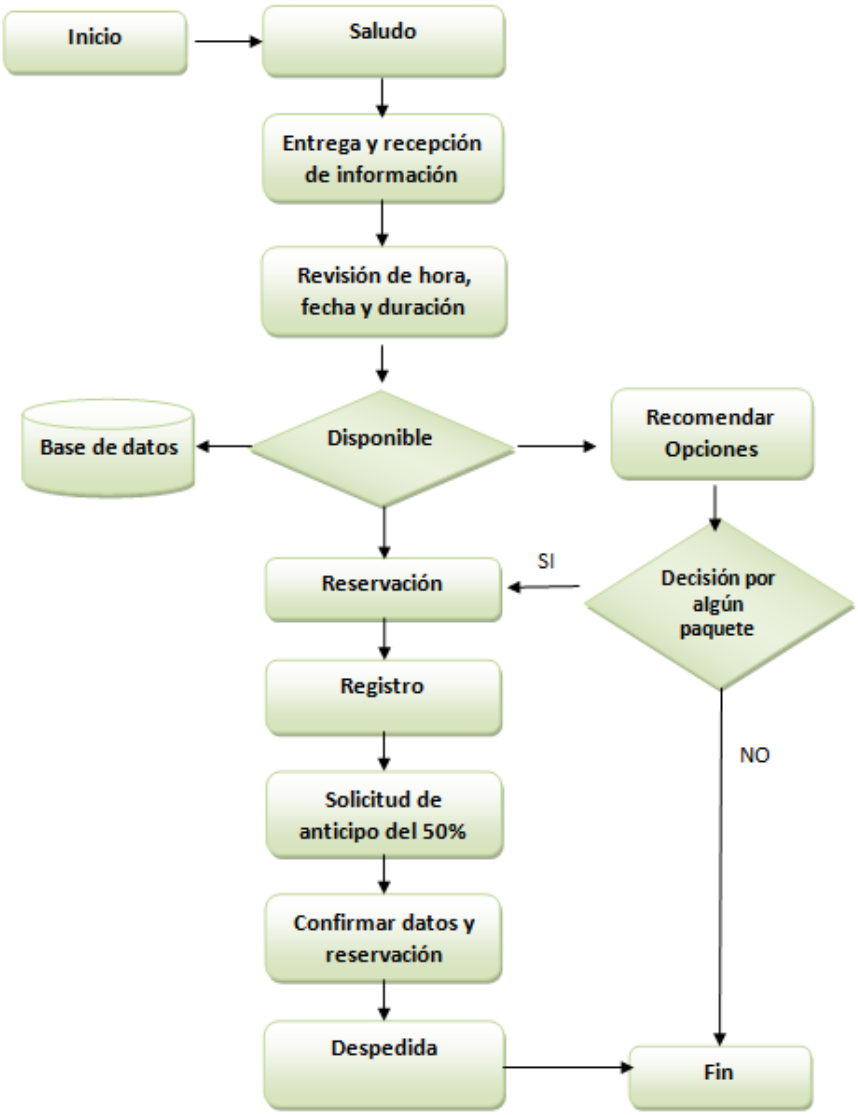


Gráfico 8: Flujograma de reservaciones

iii. Herramienta de registro de reservación

Cuadro No. 39: Registro de reservación

IDENTIDAD PURUHÁ EN EL PATRIMONIO AGRÍCOLA

REGISTRO DE RESERVAS

Empresa o clientes: _____ **Ciudad / País:** _____

Dirección:_____ **Teléfono e-mail:**_____

Fecha de arribo:_____

Hora: _____

	Código	**Número de pax**
PAQUETES	P1	
	P2	
	P3	
	P4	
	P5	
	Otro	

Servicios que incluye		**Precio acordado**	
Hospedaje		**Monto del depósito requerido 50%**	
Alimentación		**Confirmación de depósito recibida**	
Recreación/Actividades		**Requerimientos o asuntos especiales**	
Transporte			
Guianza			

Observaciones	
Responsable de la reservación	

Cuadro No. 40: Confirmación de depósito

IDENTIDAD PURUHÁ EN EL PATRIMONIO AGRÍCOLA

CONFIRMACIÓN DE DEPÓSITO

Nos complace confirmarle el recibo de su depósito para cubrir su reservación.

Empresa o clientes: _____ **Fecha:** _____

Paquete:_____ **Costo del paquete:**_____

Documento de comprobación de depósito: _____ **Valor recibido:**_____**Valor restante:**_____

Fecha de arribo: _____
Hora de arribo : _____
Duración del viaje: _____

Servicios Que incluye	**Hospedaje**	
	Alimentación	
	Recreación/Actividades	
	Transporte	
	Guianza	
	Otros	

Observaciones y/o Requerimientos	
Observaciones	
Responsable de la reservación	

DEVOLUCIÓNES: Devolución completa si se cancel0o15 días antes de la fecha de arribo
Devolución del 90% si se cancela 8 días antes, Sin devolución si se canceló menos 7 días antes del arribo.

c) Proceso de recepción de turistas

i. Procedimiento

- Saludo, bienvenida mostrando interés por su llegada.
- Preguntar si tiene reservación.
- Si tienen una reserva comprobarla.
- Mostrar el itinerario y detalles de los paquetes.
- Confirmar el pago total del servicio.
- Confirmar los servicios y equipos requeridos y autorizar al guía inicie la ruta.

ii. Flujograma de recepción de turistas

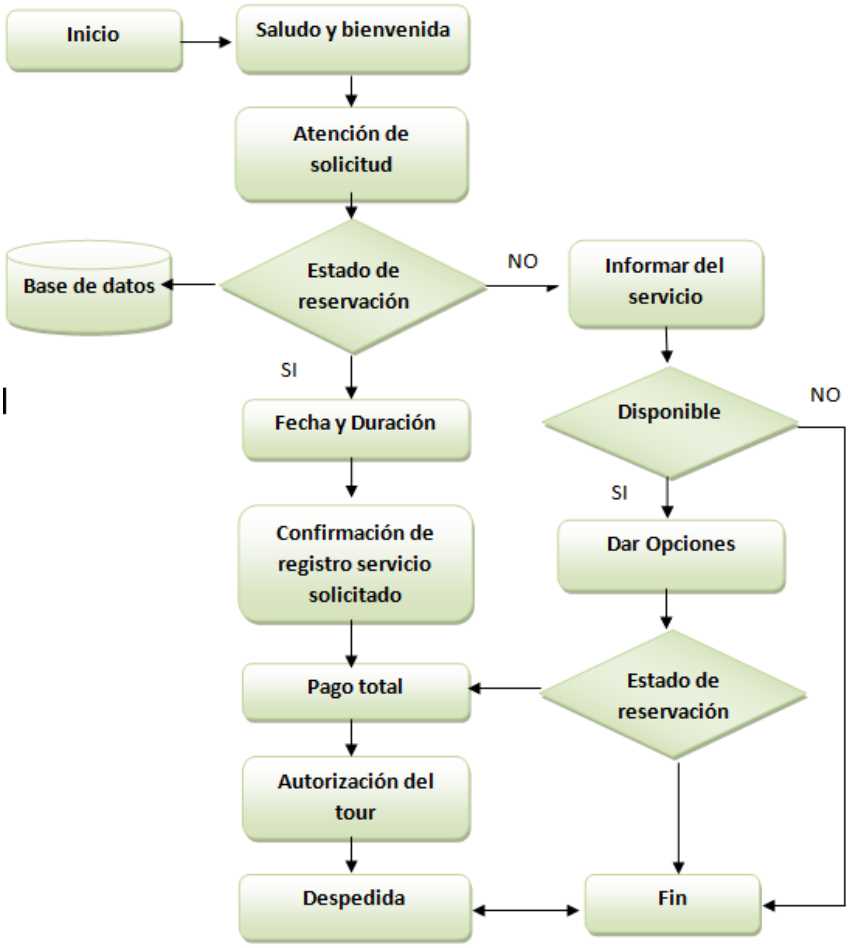


Gráfico 9: Flujograma de recepción de turistas

iii. Herramienta para el registro de la llegada de turistas

Cuadro No. 41: Registro de llegada de turistas

IDENTIDAD PURUHÁ EN EL PATRIMONIO AGRÍCOLA						
Fecha	**Apellido**	**Nombre**	**Pasaporte/ C.I**	**# de Pax**	**Paquete**	**Duración**

d) Proceso de desarrollo del tour

Los procesos en detalle variaran de acuerdo al paquete”

i. Procedimiento del desarrollo del tour

- Saludo, bienvenida y presentación del guía
- Señalar normas, requerimientos, recomendaciones y dar una introducción de tour.
- Inicio del Recorrido
- Alimentación si lo incluye.
- Recorrido y explicación del guía.
- Actividades complementarias
- Descanso
- Agradecimiento y despedida por parte del guía, en el sitio de hospedaje.

ii. Flujograma del desarrollo del tour

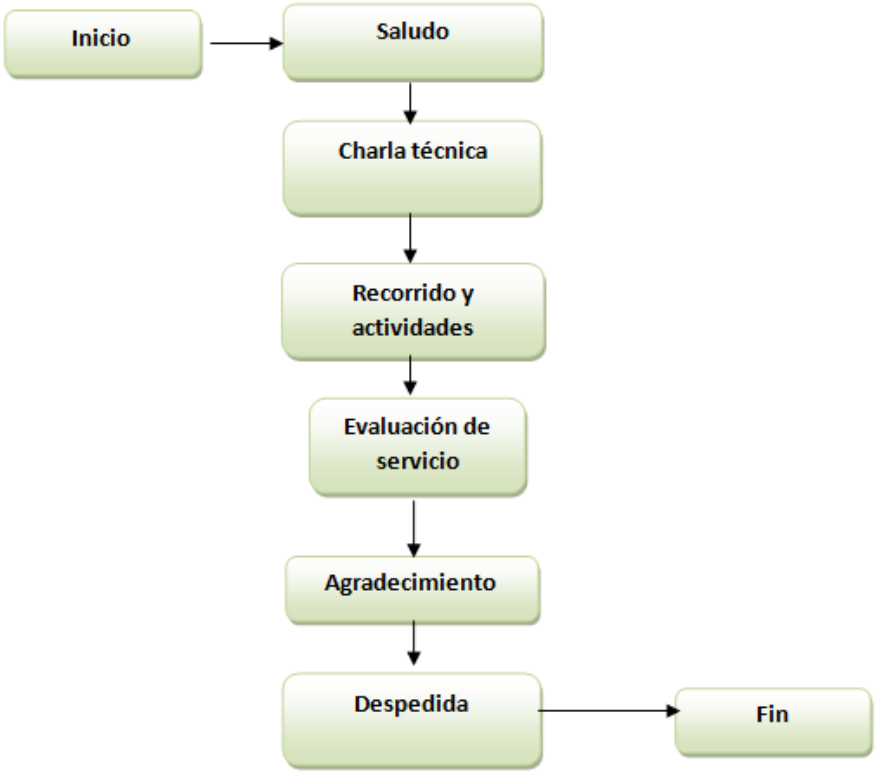


Gráfico 10: Flujograma de desarrollo del tour

iii. Herramienta

Cuadro No. 42: Hoja de evaluación

IDENTIDAD PURUHÁ EN EL PATRIMONIO AGRÍCOLA					
HOJA DE EVALUACIÓN					
Su opinión es importante para nosotros					
Se mantendrá confidencialidad, y la información se utilizará únicamente para mejorar nuestro servicio					
Nombre			**Fecha**		
Género			**Paquete**		
Procedencia			**Duración**		
¿Cómo se informó de nuestro establecimiento?					
Folletos		Amigos/Conocidos		Otros	
Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos de acuerdo a su nivel de satisfacción. 5= Excelente a 1 = Deficiente					
Recepción		**Calificación**		**Emita su comentario, observación o sugerencia**	
Servicio Personal (Trato)					
Tiempo					
Solicitud a sus requerimientos					
Guianza					
Servicio Personal (Trato)					
Tiempo					
Solicitud a sus requerimientos					
Tiene usted alguna observación y/o sugerencia					

4. Evaluación Ambiental y Socio Cultural

a. Identificación de los impactos ambientales

La operación del producto podría generar impactos ambientales antes y durante el proceso, razón por la cual se procede a establecer los posibles impactos tanto positivos como negativos que se podrían sucitar en el medio físico ambiental y socioeconómico cultural en base a la herramienta metodológica propuesta por Leopold, los resultados se exponen a continuación.

1) Medio físico ambiental

- ✓ Presencia e impacto producido de desechos orgánicos e inorgánicos (plásticos, papel, vidrio, latas.)
- ✓ Degradación de suelos por uso agrícola (uso de químicos)
- ✓ Mala distribución de espacios (viviendas, sitio destinados a animales.)
- ✓ Especies introducidas (flora y fauna que dañe el ecosistema natural)

2) Medio socioeconómico cultural

- ✓ Estado de servicios básicos.
- ✓ Estado de viviendas.
- ✓ Acceso y comunicación
- ✓ Organización
- ✓ Sensibilización en torno al patrimonio agrícola

3) Evaluación

Para la evaluación ambiental- socio –cultural se utilizó la Matriz de Leopold.

Cuadro No. 43: Análisis de la matriz de Leopold

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										CRITERIOS DE EVALUACIÓN										
	1. INTERPRETACIÓN CULTURAL Y AMBIENTAL	2. INTERACCIÓN CON COMUNIDADES	3. AGROTURISMO	4. CAMINATAS	5. FOTOGRAFÍA	6. OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA	7. CABALGATA	8. CAMPING	9. ADECUACIÓN DE SENDEROS	10. RECREACION		NATURALEZA	MAGNITUD	IMPORTANCIA	CERTEZA	TIPO	REVERSIBILIDAD	DURACIÓN	TIEMPO EN APARECER	PONDERACIÓN
A. AIRE										X	EMISIÓN DE RUIDO	(-)	1	1	C	Sr	1	2	C	5
B. SUELO				X		X	X	X			COMPACTACIÓN	(-)	2	2	C	Pr	2	2	C	8
	X		X	X					X		RECUPERACIÓN	+	1	3	D	Pr	2	3	M	9
			X								CAMBIOS EN LA COMPOSICIÓN FISICOQUÍMICA	(-)	2	2	D	Sr	1	3	M	8
						X		X	X	X	INCREMENTO DE DESECHOS SÓLIDOS	(-)	2	2	C	Pr	1	1	C	6
			X								DISMINUCIÓN DE LA EROSIÓN	+	2	3	D	Pr	2	2	M	9
								X			QUEMAS O FOGATAS	(-)	1	1	C	Pr	2	1	C	5
AGUA			X						X		AUMENTO DE SÓLIDOS EN SUSPENSIÓN	(-)	2	2	D	Pr	1	3	C	8
			X								ALTERACIÓN COMPOSICIÓN FISICOQUÍMICO	(-)	1	1	I	Na	2	2	M	7
			X							X	AUMENTO EN EL CONSUMO	(-)	2	2	I	Pr	2	3	C	9
			X								EMISIÓN DE MALOS OLORES	(-)	1	2	D	Pr	1	3	C	7
									X		ARRASTRE DE SEDIMENTOS	(-)	2	2	D	Pr	2	3	M	9
FLORA Y FAUNA			X						X		PERDIDA DE FLORA NATIVA	(-)	2	3	C	Pr	2	2	M	9
			X						X		RECUPERACIÓN DEL HÁBITAT	+	2	3	D	Pr	1	2	C	8
				X	X		X	X			PERTURBACIÓN A FAUNA	(-)	1	2	C	Pr	2	2	C	7
			X								MODIFICACIÓN DE HÁBITOS ALIMENTICIOS	(-)	2	9	D	Pr	2	3	M	9
E. SOCIO - ECONOMICO	X		X	X	X	X	X	X		X	AUMENTO DE TURISMO EN LA ZONA	+	3	3	D	Pr	2	3	M	11
	X	X	X			X					INTERCAMBIO CULTURAL	+	3	3	D	Pr	2	3	M	11
	X		X	X		X	X	X	X	X	INGRESOS ECONOMICOS	+	2	3	C	Pr	2	3	M	10
			X	X	X	X	X	X		X	ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS	+	2	3	C	Pr	3	3	M	11
			X	X	X	X	X	X		X	ESPARCIMIENTO Y RECREACION	+	2	3	C	Pr	2	3	M	10
	X		X	X		X	X	X	X	X	GENERACION DE EMPLEO	+	3	3	C	Pr	2	3	M	11
	X	X	X	X		X					RESPETO POR PATRIMONIO AGRÍCOLA	+	3	3	C	Pr	2	3	L	11

NOMENCLATURA:
Naturaleza: (+): Impacto positivo, (-) Impacto negativo,
Tipo: Pr: Primario, **Sc:** Secundario, **Na**: NO aplica certeza,
Certeza: C: si el tiempo ocurrirá con una probabilidad del 75%, **D**: si el tiempo ocurrirá con una probabilidad entre el 50 a 75%, **I:** Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.
Importancia: 0 sin importancia, 1 Menor, 2 Moderada, 3 Importante.
Duración: 1 Corto plazo, **2** Mediano plazo, **3** Largo plazo.
Tiempo en aparecer: **C**: corto plazo, **M**: Mediano plazo, **L**: Largo plazo.
Reversibilidad: 1 Reversible, **2** Irreversible.

Cuadro No. 44: Cuantificación de impactos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES												TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**			
A (AIRE)	-5										-5			10	10
B (SUELO)	-8,-6,-5	+9		+9, -8,+9	-8, +9, -8, -6			-8	-6, -5	+9, -6	-6	-8	45	89	134
C(AGUA)	-8, -7, -9, -7									-9	-7	-9		56	56
D (FLORA Y FAUNA)	-7			+7	-9, -7, -9	-7				+7		+7	21	39	60
E (SOCIO ECONÓMICO)	+11,+11, +9, +11	+11, +11, +11		+11, -9, +11, +9, +11, +10, +11, +11	+11, -9, +9, +11, +9, +11, +11	+11, +11, +10	+11, -9, +9, +11, +10, +11	+11, -9, +9, +11, +10, +11	+11, -9, +9, +11, +10, +11	+9, +11	+11, +9, +11, +10, +11	+11	482	45	527
TOTAL (+)	**42**	**42**		**99**	**71**	**32**	**52**	**52**	**52**	**36**	**52**	**18**	**548**		
TOTAL (-)	**63**			**17**	**56**	**7**	**9**	**17**	**20**	**15**	**18**	**17**		**239**	
TOTAL	**105**	**42**		**116**	**127**	**39**	**61**	**69**	**72**	**51**	**10**	**35**			**787**

La operación del productos patrimonial agrícola alcanza un impacto positivo (548 pts), lo que significa que no se causará impacto ambiental de gran magnitud. El factor socio económico positivo es de (482 pts) en reflejo al enfoque de desarrollo con base en los tres pilares de la sostenibilidad. Los aspectos negativos que exceden a los positivos requieren un estudio de impacto ambiental más específico en la medida que la operación genere impacto, sin embargo en este primer ejercicio se muestran condiciones favorables para ejecutar la propuesta sin mayor afectación a los recursos naturales y culturales en torno a los PPA.

b. Medida de mitigación de impactos

Cuadro No. 121: Medida de mitigación de impactos

IMPACTO	ORIGEN	ESTRATEGIA	ACCION
Contaminación del Aire (-10)	Por el ruido producido en la visitación por hablar o usar aparatos eléctricos.	Educación Ambiental.	Establecer normas de visitación en hábitats de fauna sensible.
Contaminación del suelo (-89)	No existe un plan de manejo de desechos y uso del suelo.	Campaña comunitarias para el manejo de los residuos y del uso del suelo	Diseñar un plan de manejo de desechos. Establecer normas de buenas prácticas en la operación.
Contaminación del agua (56)	Uso excesivo del líquido vital generado por la actividad turística.	Educación ambiental, mecanismos de tratamiento de aguas servidas.	Proveer información indicando normas para disminuir el consumo innecesario de recursos
Afectación a la flora y fauna. (39)	Senderos y facilidades turísticas.	Zonificación turística	Realizar un manejo de la visita. Ejecución de programas ambientales de protección de flora y fauna.
	Producción extensiva y monocultivo	Producción ancestral (Sostenible)	Sensibilización a través de talleres y aplicación de técnicas agrícolas sostenibles.
Impactos en la cultura social local. (45)	Turismo no planificado	Fortalecer los valores comunitarios	Prevención de riesgos de la actividad turística a través de planes de revitalización cultural.
	Intereses políticos diferenciados	Problemática por desacuerdos entre los actores comunitarios.	Desarrollar talleres de fortalecimiento organizacional, identitario y comunitario.
	Comercialización	Generar nuevas fuentes de empleo a través del turismo y la producción orgánica	Incrementar las zonas de acción productiva y turística generando emprendimientos productivos en base a los PPA.

5. Estudio económico y financiero

El estudio económico finciero permite definir el monto de inversión de capital, la posibilidad de finciamiento y la rentabilidad que pueda generar la implementación del producto turístico Productos Patrimoniales Agrícolas y el desarrollar actividades turísticas de tipo comunitario a travez de las Centros de Turismo Comunitarios (CTC), en función de ello se puede medir la posibilidad de constituir una asociación a través de la forma de operación de la COMICH.

c. Inversiones del proyecto en el primer año

Cuadro No. 45: Inversión del proyecto

INVERSIONES			
Rubro	**Inversiones realizadas USD**	**Inversiones por realizar USD**	**Valor total USD**
INVESIONES FIJAS	**22000,00**	**29850,00**	**51850,00**
Vehículo 4x4 Kia Pregio GRAND 2.0L		25300,00	25300,00
Equipo de computación		550,00	550,00
Muebles y enseres	22000,00		22000,00
Imprevistos		4000,00	4000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	**400,00**	**5973,00**	**4613,00**
Gastos de constitución y permisos		2205,00	570,00
Patente Municipal		50,00	50,00
Permiso Cuerpo de Bomberos		20,00	20,00
Constitución de estatutos		500,00	500,00
Capacitación al personal (Guianza e inglés)		**800,00**	**800,00**
Gastos de promoción	300,00		715,00
Publicidad en Internet	300,00		300,00
Letrero orientativo de la oficina		55,00	55,00
Impresión de trípticos y bípticos		360,00	360,00
Gastos servicios básicos	**0**	**768,00**	**1968,00**
Arriendo		1200,00	1200,00
Luz eléctrica		216,00	216,00
Agua potable		72,00	72,00
Teléfono		216,00	216,00
Internet		264,00	264,00
Gastos insumos y materiales	**400,00**	**3000,00**	**1360,00**

Materiales de oficina	200,00		200,00
Gastos de Mantenimiento y combustible		3000,00	960,00
Insumos de limpieza	200,00		200,00
CAPITAL DE TRABAJO	**10080,00**	**7000,00**	**17080,00**
Mano de obra directa	10080,00		10080
Mano de obra indirecta		6400,00	6400
Contingencia		600,00	600
TOTAL	**32480,00**	**42823,00**	**73543**

d. Total de Inversiones

Cuadro No. 46: Detalle de inversiones

Detalle	Valor USD
Activos Fijos	51850,00
Activos Diferidos	4613,00
Capital de Trabajo	17080,00

e. Financiamiento

Es importante considerar al préstamo que otorga Ministerio de Turismo con el Banco Nacional de Fomento (BNF) para Negocios Turísticos Productivos, por cuanto el monto de crédito va desde los $7000,00 hasta $300000,00 con un plazo de hasta 10 años y una tasa de interés del 10%, con mayor posibilidad para asociaciones legales.

f. Depreciación de activos fijos

El siguiente cuadro expone el valor de salvamento y depreciación de los activos fijo al tiempo de vida útil.

Cuadro No. 47: Depreciación de activos fijos

Detalle	Valor del Bien USD	Depr. Anual USD	Valor de Salv. USD	Valor Depr. USD	%Dep.	Duración AÑOS	Años por Ley
Vehículo	25.300,00	5.060,00	0	25.300,00	100	5	5
Equipos de Computación	550,00	110,00	0	550,00	100	5	3
Muebles y enseres	22.000,00	2.200,00	11.000,00	11.000,00	50	5	10
TOTAL						5	

g. Cálculo del pago de la deuda

Cuadro No. 48: Cálculo del pago de la deuda en USD

Periodo	Capital	Interés	Capital Pagado	Cuota de pago	Saldo
1	43000,00	4300,00	8600,00	12900,00	34400,00
2	34400,00	3440,00	8600,00	12040,00	25800,00
3	25800,00	2580,00	8600,00	11180,00	17200,00
4	17200,00	1720,00	8600,00	10320,00	8600,00
5	8600,00	860,00	8600,00	9460,00	
TOTAL		**12900,00**	**43000,00**	**55900,00**	

El requerimiento para cubrir la inversión de activos fijos corresponde a $43.000 que de ser financiados por el BNF tendrá un interés del 10% anual, financiado a 5 años como lo indica el cuadro anterior.

h. Estructura de gastos para la vida útil del proyecto

El siguiente cuadro detalla los gastos a los que se debe incurrir para la operación.

Cuadro No. 49: Estructura de gastos en USD

Rubros	Años				
	1	2	3	4	5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Mano de obra directa	10080,00	10080,00	10080,00	10080,00	10080,00
Mano de obra indirecta	6400,00	6400,00	6400,00	6400	6400,00
Depreciación de muebles y enseres	0	8800,00	2640,00	5,00	0
SUBTOTAL	**16480,00**	**25280,00**	**19120,00**	**16485,00**	**16480,00**
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Gastos de constitución	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00
Arriendo	1200,00	1272,00	1348,00	1429,00	1515,00
Luz eléctrica	216,00	229,00	243,00	257,00	273,00
Agua potable	72,00	76,00	81,00	86,00	91,00
Teléfono	216,00	229,00	243,00	257,00	273,00
Internet	264,00	279,8,00	297,00	314,00	333,00
SUBTOTAL	**2538,00**	**2655,8,00**	**2782,00**	**2913,00**	**3055,00**
COSTOS DE VENTA					
Gastos de Promoción	715,00	715,00	715,00	715,00	715,00
Depreciación de vehículo	5060,00	5060,00	5060,00	5060,00	5060,00
Depreciación de equipos de computación	0	117,00	124,0	131,00	139,00
Materiales de oficina	200,00	212,00	225,00	238,00	252,00
Insumos de limpieza	200,00	212,00	225,00	238,00	252,00
SUBTOTAL	**6175,00**	**6315,60**	**6348,50**	**6382,00**	**6418,00**
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	4300,00	3440,00	2580,00	1720,00	860,00
SUBTOTAL	**4300,00**	**3440,00**	**2580,00**	**1720,00**	**860,00**
TOTAL	**29493,00**	**37691,40**	**30830,50**	**27500,00**	**26813,00**

i. Consumo aparente e ingresos por productos vendidos

Cuadro No. 50: Ingreso por productos vendidos

Demanda objetivo 155 pax	Segmento	Turistas anuales	Turistas mensuals	Precio paquetes USD	Ingresos anuales	Ingresos mensuales
TOTALES	100%	155	15	Rango 4 pax	8807,41	
Paquete #1 entorno a la quinua	20%	31	3	67,32	2086,92	201,96
Paquete #2 entorno a la cebada y el trigo	20%	31	3	61,76	1914,56	185,28
Paquete #3 entorno a la papa	20%	31	3	56,21	1742,51	168,63
Paquete #4 entorno al maíz	20%	31	3	42,00	1302,00	126,00
Paquete #5 entorno al fréjol	20%	31	3	56,82	1761,42	170,46
TOTAL DE INGRESOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**
	8807,41	9335,85	9896,00	10489,76	11119,15	11786,30

Se tomó el 2% de la demanda insatisfecha para determinar la demanda objetivo y de este modo obtener el ingreso por productos vendidos (cinco paquetes), con proyección a los 5 años y prorrateado a ingresos mensuales.

j. Estado de resultados

Es importante conocer el estado de pérdidas y ganancias de los movimientos financieros del proyecto, para este caso el superávit corresponde a $2194,41 para el primer año, resultado positivo para la inversión de este proyecto.

Cuadro No. 51: Estado de resultados en USD

RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
INGRESOS						
Ventas anuales	8807,	9335,	9896,00	10489,76	11119,15	11786,30
TOTAL INGRESOS						
EGRESOS						
Gasto por constitución y permisos	1200,00	1272,00	1348,32	1429,22	1514,97	1605,87
gasto por arriendo	715,00	757,90	803,37	851,58	902,67	956,83
gasto de publicidad y promoción	1968,00	2086,08	2211,24	2343,92	2484,55	2633,63
Gastos servicios básicos	800,00	848,00	898,88	952,81	1009,98	1070,58
Gastos por capacitación	1360,00	1441,60	1528,10	1619,78	1716,97	1819,99
Gastos insumos y materiales	8807,41	9335,85	9896,00	10489,76	11119,15	11786,30
TOTAL EGRESOS	**6613,00**	**7009,78**	**7430,37**	**7876,19**	**8348,76**	**8849,69**
Capital de trabajo	17080,00	18104,80	19191,09	20342,55	21563,11	22856,89
SUPERÁVIT	**2194,41**	**2326,07**	**2465,64**	**2613,58**	**2770,39**	**2936,62**

k. Flujo de caja

La liquidez del proyecto se efectúa a través del flujo (entrada y salida) de recursos económicos. Para el caso de este proyecto se hace una proyección a 5 años y se prevé inflación del 5%.

Cuadro No. 52: Flujo de caja en USD

	RUBROS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ventas netas		8807,41	9335,85	9896,01	10489,77	11119,15
+	Depreciaciones		4268,00	4268,00	4268,00	4268,00	4268,00
+	Valor de salvamento		0,00	0,00	220,00	0,00	8800,00
-	gastos por constitución y permisos		570,00	604,20	640,45	678,88	719,61
-	Gastos por arriado		1200,00	1272,00	1348,32	1429,22	1514,97
-	Gastos de publicidad y promoción		715,00	757,90	803,37	851,58	902,67
-	Gastos servicios básicos		1968,00	2086,08	2211,24	2343,92	2484,55
-	Gastos por capacitación		800,00	848,00	898,88	952,81	1009,98
-	Gastos insumos y materiales		1360,00	1441,60	1528,10	1619,78	1716,97
-	Amortización diferidos		6613,00	1322,60	1322,60	1322,60	1322,60
-	Capital de trabajo		2222,00	2355,22	2496,63	2645,81	2804,24
=	**UTILIDAD NETA**		**-2372,59**	**2916,25**	**3134,41**	**2913,17**	**11711,55**
-	Inversiones de activos fijos	73543	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	FLUJO DE CAJA NETA	**73543**	**-2372,59**	**2916,25**	**3134,41**	**2913,17**	**11711,55**

l. Punto de equilibrio

Se presenta el punto de equilibrio de los cinco paquetes de la ruta Productos Patrimoniales agrícolas en unidades mensual y anualmente.

Cuadro No. 53: Cálculo del punto de equilibrio USD

Concepto / Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas netas	8807,41	9335,85	9896,01	10489,77	11119,15	11786,30
(-) Gastos variables	1370,00	1452,20	1539,33	1631,69	1729,59	1833,37
Margen de contribución	7437,41	7883,65	8356,67	8858,07	9389,56	9952,93
(-) Gastos fijos	8713,00	9235,78	9789,93	10377,32	10999,96	11659,96
Utilidad antes del impuesto	6067,41	6431,45	6817,34	7226,38	7659,97	8119,56
Punto de Equilibrio	10317,97	10937,05	11593,27	12288,87	13026,20	13807,77
Ingreso Promedio por pax	52,72	55,89	59,24	62,80	66,56	70,56
Punto de Equilibrio (unidades- pax)	195,70	207,44	219,88	233,08	247,06	261,89

Según los datos calculados para la venta de paquetes y de acuerdo al análisis del punto de equilibrio se determinó que el número mínimo de paquetes (4 pax) que debe vender la ruta Productos Patrimoniales será 196 para mantener un equilibrio en la operación.

6. Análisis financiero

El presente análisis toma como base el flujo de caja actualizado del estudio económico del proyecto para determinar la viabilidad del producto turístico Productos Patrimoniales Agrícolas.

Valor Actual Neto (VAN)	**$ 1978,42**
Tasa Interna de Retorno(TIR)	18%
Beneficio costo	$1,19

El proyecto muestra seguridad en la inversión con un valor positivo de $1978,42, lo que significa que se recupera el capital invertido a una tasa de interés del 18% anual.

Por cada dólar invertido en el proyecto se produce una rentabilidad de $0,19 centavos.
Para el año 4 se podrá recuperar el capital invertido, a partir de entonces se generarán ganancias netas.

VI. CONCLUSIONES

1. Se identificaron 18 Productos Patrimoniales Agrícolas que reúnen características de patrimonio inmaterial de acuerdo al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. El 56% son productos nativos y 44% introducidos donde se agrupan productos como la cebada y el trigo que independiente de esta condición se encuentran vigentes por su representatividad y uso. Los productos Patrimoniales agrícolas guardan un bagaje de representaciones entorno al cuidado ambiental, a la seguridad alimentaria y a las prácticas socio-culturales aplicadas al cultivo.

2. La metodología de evaluación que determina si un Producto Patrimonial Agrícola puede ser apto para generar una oferta turística, no podría valorar la potencialidad de los productos agrícolas independientemente del territorio, por cuanto se constituye en el medio de producción y en base fundamental para la estructuración de la oferta turística.

3. Evidenciar la importancia social y cultural detrás de los Productos Patrimoniales Agrícolas en la integración de la ruta constituye un componente de valor agregado a la oferta turística provincial, con lo cual se propende a la generación de nuevas actividades productivas en las comunidades locales para mejorar su calidad de vida y la vez crear nuevas alternativas de viaje.

4. El proceso de estructuración del producto revaloriza la importancia de los “saberes ancestrales” dando una visión integral de la producción agrícola vinculada con el turismo, pués procura que lo agrícola no sea visto como una actividad exclusivamente comercial sino también como un modo de vida respetuoso y consciente con la sociedad y con el ambiente.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda tomar medidas de revitalización cultural en torno a los Productos Patrimoniales Agrícolas, para fomentar la recuperación y puesta en vigencia de las prácticas, técnicas y conocimientos ancestrales en torno a la producción, generando de esta forma entornos favorables para el ambiente y beneficios socioeconómicos.

2. En relación al territorio es necesario mejorar las condiciones de servicios e infraestructura a nivel provincial y seccional, además las condiciones organizativas de las agrupaciones comunitarias vinculadas al turismo a través de proyectos productivos consecuentes con sus estrategias de desarrollo.

3. En la posibilidad de aplicar la metodología de evaluación propuesta a otros productos agrícolas en el país, se recomienda hacer la evaluación in situ (en el territorio) con total conocimiento de la realidad, a través del acercamiento a productores y demás miembros de las localidades para contar con información verídica.

4. Se recomienda la gestión del producto desde el sector comunitario en alianza directa con organizaciones públicas y privadas del sector para otorgar un servicio de calidad, haciendo énfasis en la importancia de la agricultura con respeto social y valor ambiental para el desarrollo económico provincial.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico basado en los 18 (PPA) Productos Patrimoniales Agrícolas de la provincia de Chimborazo identificados en un estudio de la ESPOCH (2012), se obtuvo información bibliográfica y en talleres participativos referente a la producción agrícola, el turismo y el patrimonio cultural normalizado para el Ecuador, de tal modo que se identificaron y evaluaron aspectos que determinarían la potencialidad del atractivo y de los PPA para uso turístico. En uso de la metodología propuesta para este proyecto se identificaron 5 PPA más representativos y de mayor potencialidad Territorial – Agrícola – Patrimonial y Turística en Chimborazo en torno a los cuales se diseñó una ruta que integra atractivos, planta turística, prácticas agrícolas ambientales en reflejo de tradiciones y representaciones productivas. El estudio técnico definió la estructura legal para la operación turística y la estrutura organizativa, se plantearon además reglamentos, funciones y procesos. El estudio de mercadotecnia y las estratégias de comercialización señalan viabilidad operacional y económica, la evaluación socioambiental aplicada en la matriz de Leopold refleja un bajo impacto causado por el producto turístico. El estudio económico determinó que existe viabilidad económica de la operación turística y la evaluación financiera muestra una seguridad de inversión con la posibilidad de recuperarlo a un 18% y el capital en 4 años. Procesos conjuntos que reflejan que el proyecto es factible y genera beneficios sociales, económicos y ambientales.

IX. SUMMARY

This research seeks to design a touristic product based on 18 products agricultural Iheritage of Chimborazo province identified in a study by ESPOCH (2012), information was obtained and participatory workshops literature concerning agricultural production, the turism and cultural heritage standard for Ecuador, so that issues are identified and evaluated to determine the potential of the PPA attractive for tourism. In using the proposed methodology for this project identified five most representative PPA and Territorial greatest potential - Agricultural - Heritage and Tourism in Chimborazo around which we designed a route that integrates attractive tourist facilities, environmental farming practices reflect traditions and productive performances. The technical study defined the legal framework for tourism operations and organizational structure should be raised further regulations, functions and processes. The study of marketing and marketing strategies indicate operational and economic viability, social and environmental assessment applied Leopold matrix caudate reflects low impact on the tourism product. The study determined that there is economic viability of the tourism operation and financial evaluation shows investment security with the ability to recover the investment to 18% and capital in four years. Processes sets which show that the project is feasible and generates social benefits and environmental.

X. BIBLIOGRAFIA

1. ARBOLEDA, G. 1998. “Proyectos Formulación, Evaluación y Control”. Colombia.
2. Banco Central del Ecuador (BCE), 2012. Previsiones macroeconómicas: Proyecto interno bruto (en línea) Consultado el 16 de abril del 2012. Disponible en línea en: http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000955.
3. CRESIAL (Centro Regional para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina) (s.f.). Patrimonial Cultural Inmaterial: Antecedentes. (en línea). Consultado el 12 feb. 2012. Disponible en: http://www.crespial.org/Es/Content/index /12/antecedentes
4. DRUMM, Andy 2005 Desarrollo del Ecoturismo Un manual para los profesionales de la conservación Volumen I Introducción a la planificación del Ecoturismo Segunda Edición The Nature Conservancy Virginia USA
5. EL PAN DE AMÉRICA, Eduardo Galeano
6. FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). Asistencia A los Países Andinos en la Reducción de Riesgos y Desastres en el Sector Agropecuario (2008); Atlas Alimentario de los Pueblos Indígenas y Afrodescendientes del Ecuador, III Sierra2009,
7. FEPTCE, 2012. Turismo comunitario, consultado el 15 de Abril del 2012. Disponible en línea en: www.feptce.org/index.php?option=comcontent&view=article&id
8. GADPCH (Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo). 2011. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Chimborazo. (en línea). Consultado 28 ene. 2012. 46,47,49 p. Disponible en: http://www.chimborazo.gob.ec/
9. GERENCIA NACIONAL DE RECURSOS TURÍSTICOS. 2004. Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos MINTUR
10. HERNÁNDEZ, Edgar. 1997. “Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación”. Editorial Trillas. México.
11. INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). 2000. II Censo Nacional Agropecuario consultado el 15 de Abril del 2012. Disponible en línea en: http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/
12. INIAP (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias Ecuador) Fichas 2008,

Guía Técnica de cultivos, Manuales, Quito Ec.

13. INPC (Instituto Nacional de Patrimonio cultural. Ecuador): Políticas Públicas sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial, Octubre 2011
14. INPC, 2010. "INSTRUCTIVO PARA LA NORMALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN"; Revista de Patrimonio cultural inmaterial 2011, regional6
15. LUQUE, Y., 2009, "Definiciones de Turismo", (en línea). Consultado el 16 de abril del 2012. Disponible en línea en:
16. MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca). 2008. Sector Agropecuario. (en línea). Consultado el 05 feb. 2012. Disponible en: http://www.magap.gob.ec/sinagap/
17. MAGAP, 2012, Datos de georeferenciación, Riobamba, EC.
18. MESA, Orozco. 2008, "Matemáticas Financieras Aplicadas - Interés Compuesto", pg. 66, Consultado el 31 de mayo del 2013. Disponible en: ttp://books.google.com.ec/books?id=YagY_dcf13sC&pg=PA66&lpg=PA66 &dq=QUIEN+PROPONE+LA+F%C3%87ORMULA+
19. MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador) 2002 Turismo y Desarrollo Sostenible
20. MINTUR ECUADOR TRAVEL (2012) Flora y fauna de Chimborazo: Consultado el 05 feb. 2012. Disponible en:
21. NOBOA, Patricio. 2001. Texto Básico de Antropología. Riobamba – Ecuador
22. OCAMPO, Eliseo J. 2003. "Costos y evaluación de Proyectos". Primera edición. México.
23. OMT (Organización Mundial del Turismo) 1999 Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible
24. Organización Mundial de Turismo, (1991) "Definiciones de turismo", consultado el 16 de abril del 2012.Disponible en línea en:
25. PORTAL DE ANTROPOLOGÍA, 1996. "Turismo cultural", consultado el 15 de Abril del 2012. Disponible en línea en: www.antropologia.com.ar
26. SENAGUA (Secretaría Nacional del Agua). 2008. Proyecto de Ley de Aguas.
27. SISE (Secretaría dl estado de investigación, desarrollo e innovación)
28. SUMAK LIFE. (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador) 2010

29. Suquilanda. M. (s.f.). Producción orgánica de cultivos andinos: Manual técnico. (en línea). Consultado el 15 ene. 2012. Disponible en: http://teca.fao.org/es/ technology/producci%C3%B3n-org%C3%A1nica-de-cultivos-andinos.

30. TORRES, Víctor. 1994. Manual de Revitalización Cultural Comunitario. COMUNIDEC. Quito - Ecuador

31. UNESCO 2008, Manual de procesamiento documental para colecciones de patrimonio cultural. 26, julio 2012, Inmaterial de la Humanidad, consultado el 15 de Abril del 2012. Disponible en línea en: http://www.unesco.org/culture/ich/index .php?lg=ES

32. UNESCO Paris, 2003 "Centro de integración, cooperación y desarrollo interinstitucional" Convención Para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural. consultado el 15 de Abril del 2012. Disponible en línea en: http://unesdoc.unesco.org/images/0017/001781/178133s.pdf

33. Velarde, I.; Daniele, J. 2006. La construcción social de productos patrimoniales: Conflictos del proceso de innovación y de su valorización económica. III Congreso Internacional de la Red SIAL "Alimentación y Territorios". Baeza ES. 7, 8 p.

34. VELASTEGUI, Hugo. 2002. "Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos. ESPOCH. Riobamba – Ecuador.

35. YUCTA, Patricio 2002 "Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos"

XI. ANEXOS

Anexo 1: Ficha de Caracterización de Productos Patrimoniales Agrícolas

CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRÍCOLAS DE CHIMBORAZO	
1. DATOS GENERALES DE REGISTRO	
1.1 Ficha N°: 001	Fotografía
1.2 Fecha: 00/00/0000	
1.3 Elaborado por	
1.4 Revisado por:	
1.5 Nombre vulgar:	
1.6 Nombre científico:	

2. LOCALIZACIÓN

Cantones	Localidad

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

3.1 Zonas favorables de cultivo:

3.2 Condiciones climáticas y de producción:

3.3 Reseña Histórica:

3.4. Origen:

3.5 Variedades:

3.6 Datos de producción:

3.7Valor nutricional:

Componentes	Contenido

4. CARACTERÍSTICAS AGRÍCOLAS

4.1 DESCRIPCIÓN DE CULTIVO ANCESTRAL – ORGÁNICA

5. CARACTERISTICAS CULTURALES
5.1 COSAS DE RESPETO [1]
5.1.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el Universo **Sabiduría ecológica:** **Usos medicinales:** **Gastronomía:**
5.1.2 Tradiciones y expresiones orales **Cuentos:** **Leyendas:** **Historia local:** **Mitos:**
5.1.3 Usos sociales, rituales y actos festivos **Prácticas comunitarias tradicionales** **Fiestas:** **Cánticos**: **Ritos:**
5.1.4 Técnicas Artesanales Tradicionales **Técnicas artesanales tradicionales:**. **Técnicas constructivas:**

Anexo 2: Canto del Jahuay

Paqui (Invocando o recitando)
Desde el tiempo y la vida, de Dios padre y de Dios hijo, desde el primer sueño y desde que amanece, apenas canto el gallo desde que ladra el perro..... jahuay, jahuay....,
Paqui: Venadita que corres arriba, venadita que corres abajo; venadita de cola blanca, venadita, venadita
Coro: ¡Ay, jahuay, jahuay, jauaylla, jahuay, jahuaylla, jahuaaay...!

Paqui
¡Ay, tierno pajarito!
¡Ay, tierno volador!
¡Ay, donde te cogeré!
¡Ay, donde te encontraré!
Coro: ¡Ay, jahuay, jahuay, jauaylla, jahuay, jahuaylla, jahuaaay...!
Paqui: ¡Ay, casita de arriba! ¡ Ay, casita de abajo! Tú sola caminas, tú sola te quedas.
Coro: ¡Ay, jahuay, jahuay, jauaylla, jahuay, jahuaylla, jahuaaay...!Se toman un descanso hasta beber un pilchi de asua.
Paqui: Nuestros granos, nuestras espigas. Todo, todo juntaremos. Todo, todo cargaremos, y a la era llevaremos.
Coro: ¡Ay, jahuay, jahuay, jauaylla, jahuay, jahuaylla, jahuaaay...!
Paqui: Por ti brotan las margaritas, como tres hermanitas; por ti asoman los tréboles, para decirte adiós, adiós.
Coro: ¡Ay, jahuay, jahuay, jauaylla, jahuay, jahuaylla, jahuaaay...!
Paqui: Viene la plata a la parva y el oro a la era; para despedirnos todos, diciéndote adiós, adiós.
Coro: ¡Ay, jahuay, jahuay, jauaylla, jahuay, jahuaylla, jahuaaay...!
Paqui: De ti Creador, de ti santo suelo; todos nos despedimos, diciéndote adiós, adiós.
Coro: ¡Ay, jahuay, jahuay, jauaytla, jahuay, jahuaylla, jahuaaay...!
(Una vez que el sol llega al ocaso, todos de píe).
Paqui(recitando) Para abajo del cerro, para arriba del cerro, para abajo, para arriba, corriendo velozmente, haciendo rodar piedras; entonces juntándonos, gritaremos.
Coro: ¡Ay, jahuay, jahuay, jauaylla, jahuay, jahuaytla, jahuaaay...!
Paqui: Muchachos, gritad fuertemente, hasta que huyan los enemigos, de modo que oigan los cerros, de modo que oigan las lomas.
Coro: Chaica, capar¡¡¡.... y ajuiii, ajuii....
Paqui: Chimburazu, Cariguairazu, Igualata, Cundurazu, Cubillín
Coro: Chimburazu, Cariguairazu, Igualata, Cundurazu, Cubíllín

Todos
(Levantando los brazos); ¡Ay, caraaaju, ay caraaaju...

Anexo 3: Detalle de la planta turística de Chimborazo

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
Agencias de Viajes			
Alanis Travel	Colón Y Guayaquil	Internacional	964-480
Balbanera Tours	10 Agosto 27-60 y Rocafuerte	Internacional	968-053
Carlos Colcha Cia Ltda.	Av. Daniel León Borja y Carlos Zambrano	Internacional	946-192
Center Travel	Primera Constituyente 29-47 y Carabobo	Dualidad	942-287
Chimborazo Beat Expeditaos	Veloz 29-24 y Carabobo	Operadora	99982785
Circulo Tours	Veloz 37-35 y Brasil	Operadora	947-337
Chimborazo Travel	España s/n y Orozco	Internacional	940-924
Cultura	Ave. D L B y Vargas Torres	Internacional	940-950
Cosmos tur	Colon y Guayaquil	Internacional	964-480
Delgado Travel	10 de Agosto y Larrea	Internacional	961-152
Diamante Tours	García Moreno y Veloz esq.	Internacional	942-409
Elsy Travel Noveno	Veloz y García Moreno	Internacional	900-067
Esfera tour	Carabobo 15-51 y Olmedo	Internacional	S/N
Italtravel	10 de Agosto 33-37 y Colón	Internacional	960-997
Jaqueline Zabala Secaira	Carabobo y Primera Constituyente	Internacional	946-705
Konnitur	Juan de la Valle 22-36 y 1era Constituyente	Internacional	962-511
Majestouring	Carabobo y 10 de Agosto	Internacional	944-673
Martha Mendoza	Guayaquil 20-66 y España	Internacional	943-186
Mena Travel	Vargas Torres 32-21 y Daniel Leon Borja	Internacional	952-070
Metropolitan Touring	Lavalle s/n y Av. Daniel Leon Borja	Internacional	969-600
Multiservicio Ordoñez	Villarroel 23-31 y Larrea	Internacional	946-454
Nevados Tur	D. Leon Borja y Carlos Zambrano	Internacional	942-314
Pier Tours	10 de Agosto y España	Internacional	947-089
Qualitas	10 de Agosto y Colón	Internacional	960-081
Riobamba Travel	10 de Agosto 26-29 y García Moreno	Internacional	963-761
Rio Tur Travel	Veloz 28-35 y Magdalena Dávalos	Internacional	968-243
Vizuete Rodriguez Travel	Guayaquil 20-66 y España	Internacional	948-901
Alta Montaña	Av. Daniel Leon Borja y Uruguay	Operadora	942-215
Balbanera Tours	10 Agosto 27-60 y Rocafuerte	Operadora	968-053
Carlos Colcha	Carabobo 16-22 y Esmeraldas	Operadora	946-192
Ciclo Tour	1era Constituyente 23-40 y Larrea	Operadora	941-880
Diamante Tours	García Moreno y Veloz esq	Operadora	942-409
Expediciones Andinas	Vía Guano Km 3 Sector las Abras	Operadora	964-915
Incañan Ecotourism	Uruguay 22-51 y D. Leon Borja	Dualidad	954-892
Italtravel	10 de Agosto 33-37 y Colón	Operadora	960-997
Julio Verne	Pasaje El Espectador y Av. D. Leon Borja	Operadora	963-423
Konnitur	Juan de la Valle 22-36 y 1era Constituyente	Operadora	962-511
Mena Travel	Vargas Torres 32-21 y DLB	Operadora	952-070
Multiservicio Ordoñez	Villarroel 23-31 y Larrea	Operadora	946-454
Pyskysll Travel	Av. La Prensa y calle D	Operadora	961-750
Rumbol Travel	Daniel Leon Borja y Eplicachima	Operadora	2967918
Soland Tours	Ave. Daniel L B y Diego de Ibarra	Operadora	947-642
Veloz Coronado Expediciones	Chile 33-21 y Francia	Operadora	960-916

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAT.	HAB	PLAZ	PAX X MESA	TELF.
Albergue						
Kolping Ecuador	5 de Junio 20-35 y Guayaquil	Tercera	2	32	60	961-374
Hostal						
Camino Real	Av. La Prensa y calle D	Primera	28	42	60	962-365
Canada	Av. La Prensa 23-31 y Daniel Leon Borja	Primera	17	64	24	946-677
Glamour	Primera Constituyente s/n y Brasil	Primera	21	66	44	944-406
Mashany	Veloz 4173y Diego Donoso	Primera	20	57	0	942-914
Montecarlo	10 de Agosto 25-41 y García Moreno	Primera	18	34	60	960-555
Rincón Alemán	Remigio Romero M .H. Cs. 9 Arupos	Primera	12	16	8	603-540
Rio roma Suites	Cdla. Sultana de lso Andes, 2 cuadras de la ESPOCH	Primera	23	54	32	948-925
Acacias La	Rio Palora 3 y Santiago	Segunda	20	38	24	600-790
Altar	Ave. El Altar y Sultana de los Andes	Segunda	15	64	24	964-872
Estacion La	Av. Unidad Nacional 29-15 y Carabobo	Segunda	15	45	44	955226
Humbolth	Ave. D L B 35-48 y Uruguay	Segunda	14	56	20	940-814
Majestic	Av. Daniel Leon Borja 43-60 y La 44	Segunda	16	78	16	968-708
Royalty	Av. Lizarzaburu 51-84 y St. Amand Montrond	Segunda	27	136	76	963-627
Tren Dorado	Carabobo 22-35 y 10 de Agosto	Segunda	15	35	40	964-890
Whymper	Miguel Ángel León 23-10 y Primera Constituyente	Segunda	20	58	40	964-575
Florida	Espejo # 70 y Calle Dos. Urbanización El Prado	Tercera	12	24	32	947-101
Inti Quisha	Espejo 33-66 y Av. Cordovéz	Tercera	12	24	24	966-358
Rey De Los Andes	Av. Lizarzaburo 6 y Camilo Egos	Tercera	14	34	40	942-679
Segovia	1era.Constituyente 22-28 y Espejo	Tercera	29	87	32	961-259
Hostal Residencia						
Alamos Los	SantaAmonitaMorree y José Lizarzaburo	Segunda	14	54	0	967-386
Inti Raymi	Uruguay 26-41 y Junín	Segunda	13	48	0	960531
Imperial	Rocafuete 22-12 y 10 de Agosto	Segunda	17	93	0	960-429
Rocio	Brasil 21-68 y Ave Daniel León Borja	Segunda	15	39	0	961-848
Shiris Los	Rocafuete 21-60 y 10 de Agosto	Segunda	28	113	0	960-323
Americano	Ave. D L B 30-36 y Juan Montalvo	Tercera	16	46	0	964-781
Bolivar	Carabobo 21-26 y Guayaquil	Tercera	15	60	0	968-294
Bris Sanchez	Epiclachima 19-60 y Huayna Palcon	Tercera	13	19	0	962-493
Chimborazo De La Estacion	Unidad Nacional 30-17 y Juan Montalvo	Tercera	24	64	0	
Conquistador El	Lavalle 20-62 y Unidad Nacional	Tercera	12	16	0	968-867
Colonia Del Sur	Carabobo 21-62 y 10 de Agosto	Tercera	16	43	0	966-543
Girasoles Los	Av. Edelberto Bonilla s/n y Rocafuerte	Tercera	8	16	0	943-575
Guayaquil	Juan Montalvo y Unidad Nacional	Tercera	18	32	0	964-512
Marbella	Orozco 38-20 y Teniente Latus	Tercera	24	96	0	964-950
Metropolitano	Ave. D L B y Lavalle	Tercera	23	91	0	961-714
Monterrey	Rey Cacha 44-59 y Epiclachima	Tercera	20	85	0	962-421
Monterrey	Rey Cacha 44-59 y Epiclachima	Tercera	20	50	0	2962-421
Nevados Los	Luis A Costales 24-37 y Ave. Daniel	Tercera	16	86	0	960-803

	León Borja					
Nueva Venecia	Rocafuerte 21-51 y 10 de Agosto	Tercera	15	60	0	s/n
Puertas Del Sol	Cordovez 22-30 y Espejo	Tercera	20	42	O	952-569
San Carlos	Epiclachima 20-76 y Ave. D L B	Tercera	13	29	0	968-017
Hostería						
Abraspungo	Vía Guano Km 3 Sector las Abras	Primera	20	52	88	940-820
Toril El	Vía a Baños Km 1	Primera	33	188	400	942-057
Troje El	Vía a Chambo Km 41/2	Primera	47	234	164	960-826
Cerro Blanco	Rumipamba Km 19 San Juan	Segunda	6	12	36	933-217
Hotel						
Chimborazo Internacional	Los Nogales y Argentinos	Primera	32	138	100	963-475
Club Hotel Zeus	Daniel Leon Borja 41-29 y Duchicela	Primera	60	200	218	2986-037
Cisne	Ave Daniel L B y Duchicela	Primera	47	188	32	964-573
Galpon	Argentinos y Carlos Zambrano	Primera	35	150	60	960-981
Hotel Zeus	Daniel Leon Borja 41-29 y Duchicela	Primera	60	200	218	2968-036
Manabi	Colón 19-58 y Olmedo	Segunda	30	53	60	967-967
Libertador El	Daniel Leon Borja 29-22 y Carabobo	Segunda	30	60	40	964-116
Riobamba Inn	Carabobo 23-20 y Primera Constituyente	Segunda	34	118	36	961-696
Las Peñas	Av. Leopoldo Freire y Circunvalacion	Tercera	30	60	120	2944-088
Ñuca Huasi	10 de Agosto 28-24 y Magdalena Dávalos	Tercera	32	138	40	966-669
Pensión						
Montes De La Cruz	Gonzalo Dávalos 37-93 y Teniente latus	Primera	6	14	8	965-380
Fiver	Epiclachima 44-51 y Huaynac Palcón	Tercera	10	30	0	948-538
Pradera	Ave. Los Herores y Gonzalo Dávalos	Tercera	10	20	0	
Rincon De Castilla	Pasaje El Espectador y Ave. D L B	Tercera	12	40	40	940-800
Venecia	Magdalena Davalos 20-11 y 10 de Agosto	Tercera	11	32	0	961-809

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	PAX X MESA	TELEFONO
Cafetería				
Abuela Rosa La	Brasil 15-03 y Esmeraldas	Segunda	24	945-888
Fuente La	1era.Constituyente y García Moreno	Segunda	24	960-490
Vip El	Pichincha 22-39 y 1era Constituyente	Tercera	28	951-553
Café David	1era.Constituyente 21-13 y 5 de Junio	Tercera	20	969-019
Café Internet	Rocafuerte 23-30 y 10 de Agosto	Tercera	12	968-882
Cuyber Net	Rocafuerte 21-25 y Guayaquil	Tercera	18	965-074
Davi's	Veloz 37-74 y Carlos Zambrano	Tercera	20	963-759
Estrella Verde Café	Manuel Eliceo Flor 40-85	Tercera	48	
Jhonny Coffe	Espejo y Primera Constituyente	Tercera	36	
Helados De Paila	Av. Daniel Leon Borja y Carabobo	Tercera	20	
Paola	Pichincha 13-29 y Olmedo	Tercera	56	963-051
Paula	Vargas Torres s/n y Veloz	Tercera	48	
Pits	Av. Daniel Leon Borja y Carlos Zambrano	Tercera	36	960-655
Sabores De Italia Los	Veloz 29-04 y Carabobo	Tercera	20	960-317

Submarine & Train	10 de Agosto 23-06 y Colón	Tercera	28	
Fuente De Soda				
Dolce Vita La	VELOZ 38-83 Y Carlos Zambrano	Primera	64	960-058
Fabi	10 de Agosto 09-15 y Eloy Alfaro	Segunda	24	948327
Frutilandia	Av. Daniel L Borja 31-14 y La Valle	Segunda	24	941-347
Portal El	Guayaquil 21-48 y Espejo	Segunda	20	944-431
Sweet Kiss Iglu	Pichincha 21-11 y Guayaquil	Segunda	36	967-256
Alpes Los	Espejo 21-63 y 10 de Agosto	Tercera	32	969-284
Carbonero	Juan Montalvo 30-38 y Nueva York	Tercera	28	s/n
Ciudad Blanca	Rocafuerte 21-40 y Guayaquil	Tercera	56	951-507
Ciudad Blanca I	Guayaquil 21-48 y Espejo	Tercera	36	942-656
Cris Cervant	10 de Agosto 23-59 y Colón	Tercera	36	960-051
Don Lee	Carabobo 21-40 y 10 de Agosto	Tercera	24	941-228
Flamingo	Ave. D L B Y La Prensa	Tercera	12	960-406
Helado Americano	Daniel Leon Borja 41-66 y Duchicela	Tercera	24	954-439
Hugo´S	Colón 22-53 y Guayaquil	Tercera	12	965-189
Hugo´S # 2	Ave. D L B y Duchicela	Tercera	14	
Leos	Av. La Prensa Lote 9 y Agustín Dávalos	Tercera	12	951-142
Olafo #2	Colon s/n y Veloz	Tercera	24	
Pato Juan	Colón 20-11 y Olmedo	Tercera	6	961-116
Pizzota La	Venezuela 33-51 y Francia	Tercera	16	2960410
Maxinn	Ave. D L B 22-27 y Duchicela	Tercera	20	
Mundo Rico	Ave. D L B y Vargas Torres	Tercera	8	964-203
Shebita Texas	Argentinos 29-62 y Juan Montalvo	Tercera	16	s/n
Restaurante				
Delirio El	Primera Constituyente y Rocafuerte	Primera	60	966-441
Vieja Guardia Pub	Manuel Elicio Flor 40-43 y Carlos Zambrano	Primera	100	940-735
Baja Sardinea	Juan Bernardo de León y Almagro	Segunda	32	
Biblia La	Barrio Bellavista	Segunda	48	960-302
Bonny	Villarroel 15-58 y Almagro	Segunda	80	964-426
Café Uno	Ave. Daniel L B y Diego de Ibarra	Segunda	48	967-563
Cuy Partido El	Espejo y Villarroel	Segunda	32	
Don Pato	Carabobo 21-40 y 10 de Agosto	Segunda	40	940-978
Fragata La	Los Tulipanes Mz. E · 10. Av.M.Reyes	Segunda	36	
Parrilladas De Fausto La	Uruguay 38-50 y Luis Alberto Falconí	Segunda	80	967-876
Parrillada Del Che La	Ave. D L B y Carlos Zambrano	Segunda	48	942-472
Parrill. Che Carlitos	Colon 22-44 y Primera Constituyente	Segunda	64	963-759
Pollos Gus	10 de Agosto y Tarqui	Segunda	64	963-504
Rincon Del Flaco	Ave. D L B y Carlos Zambrano	Segunda	40	940-859
Tablitas Las	García Moreno 21-35 y 10 de Agosto	Segunda	48	949-887
Tambo De Oro	Carlos Zambrano 27-20 y Ayacucho	Segunda	48	962-668
Tropi Pollo	Olmedo y España	Segunda	48	960-557
Venecia	Lavalle 33-19 y 1era. Constituyente	Segunda	32	961-935
Taberna Bonanza	Av. Daniel Leon Borja 42-49 y Duchicela	Segunda	48	
Alamos Los	Lavalle 22-41 y Ave D L B	Tercera	40	942-526
Al Capriccio	Los Sauces s/n y Veloz	Tercera	32	98105758

Brisa Marina	España 10-19 y 12 de Octubre	Tercera	64	962-833
Brisa Marina Ii	Juan Montalvo 30-01 y Nueva York	Tercera	36	s/n
Brisa Marina Iii	Colombia 19-05 y Velasco	Tercera	52	99-144
Bufalos Bar Asadero	Guayaquil y España	Tercera	28	
Cambahuasi	Av. Circunvalación s/n y Jerusalén	Tercera	28	964-471
Casa China	AV. Daniel Leon Borja y Carabobo	Tercera	36	967-783
Chacarero	5 de Junio 21-46 y 10 de Agosto	Tercera	52	969-292
Charlie´S	García Moreno y 10 de Agosto	Tercera	20	968-231
Cheer·S	Epiclachima 18-36 y Rey Cacha	Tercera	24	
Chifa China	Daniel Leon Borja 43-39 y la 44	Tercera	48	962-328
Chifa Pak Kao	García Moreno 21-17 y Guayaquil	Tercera	32	964-270
Chifa Pekin	Daniel Leon Borja y Brasil	Tercera	44	960-325
Continental	Olmedo s/n y García Moreno	Tercera	32	s/n
Danny	Guayaquil 28-59 y Carabobo	Tercera	32	960-667
D´ Luiguis	Av. Daniel Leon Borja s/n y Rey Cacha	Tercera	24	960-088
De Renato Pizzeria	Espejo s/n y Veloz	Tercera	24	968-791
D` Baggio	Av. Daniel Leon Borja 35-24	Tercera	32	98130378
Don Lee	Carabobo 21-40 y 10 de Agosto	Tercera	24	941-228
Doña Luchita	Colón y Guayaquil (pasaje Río Centro)	Tercera	40	
Dragon El	Comandante Jiménez 30-30 y New York	Tercera	28	
Ejecutivo # 2	Carabobo y Guayaquil	Tercera	32	967-429
Encebollados Del Norte	Av. Lizarzaburu 10 Mz. F	Tercera	24	
Encebollados Del Norte	Lizarzaburu, Panamericana Norte	Tercera	24	
Faraón El	Daniel Leon Borja y La 44	Tercera	44	
Fogón Del Puente	Daniel Leon Borja s/n y Duchicela	Tercera	36	961-846
Gaby	Unidad Nacional s/n y Av. La Prensa	Tercera	24	
Grafiti´S El	10 de Agosto y García Moreno	Tercera	28	
Gran Havana La	Daniel Leon Borja s/n y Duchicela	Tercera	24	
Happy Pollo	Guayaquil 23-57 y Larrea	Tercera	44	962-638
Hong Kong	Ave. La Prensa 23-31 y Av. DLB	Tercera	32	
Ill Cappuccino	Daniel Leon Borja y Carlos Zambrano	Tercera	48	947-188
Joysing Chifa	Unidad Nacional 29-93 y Carabobo	Tercera	48	961-258
Lentejitas	Venezuela 27-78 y Rocafuerte	Tercera	48	966-539
Macau	Daniel Leon Borja s/n y Duchicela	Tercera	50	941-808
Marcelo´S	García Moreno y Veloz	Tercera	28	944-192
Marisqueria Continental	Olmedo y García Moreno	Tercera	22	
Marisqueria Delicias Del Mar	AV. Daniel Leon Borja 42-51 y Autachi	Tercera	40	940-855
Mi Pollazo	Antonio de Sucre s/n y Circunvalacion	Tercera	32	
Monaco	Av. Daniel Leon Borja y Duchicela	Tercera	28	947-342
Montecarlo	1era. Constituyente y Pichincha	Tercera	40	961-469
Orale Antojitos Mexicanos	10 de Agosto 15-15 y Morona	Tercera	24	962-475
Paradero Americano	Panamericana Norte Km21/2	Tercera	120	942-125
Parrillada De Violeta La	Reina Pacha 42-16 y Carlos Zambrano	Tercera	48	942-962
Parrillerito	Manuela Sáenz y La Calera	Tercera	40	600-947
Patio El	DANIEL Leon Borja 40-61 y Princesa Cori	Tercera	60	961-455

Picanteria Anita	Uruguay 17-23 y Colombia	Tercera	48	946-043
Pincho Americano El	Av. Lizarzaburu s/n y Aeropuerto	Tercera	48	603-328
Pizzeria De Paolo Ii	Ave Daniel L B y Epiclachima	Tercera	28	
Polliastro Rico	Panamericana Sur Km. 3 1/2	Tercera	24	600-938
Pollo Ejecutivo # 1	España y Villarroel	Tercera	48	965-323
Pollo Ejecutivo # 3	Daniel Leon Borja y Lavalle	Tercera	24	963-886
Pollo Koko Loko	Olmedo 28-57 y Carabobo	Tercera	32	946-628
Pollo Pico Loco	Olmedo 28-09 y Rocafuerte	Tercera	36	952-415
Pollos Favi	10 de Agosto y Magdalena Dávalos	Tercera	32	969-431
Porton Dorado	Diego de Ibarra 22-50 y Ave. Daniel León Borja	Tercera	40	
Posada La	Bolivia 15-99 y Esmeraldas	Tercera	40	963-160
Redes Las	1era. Constituyente y Carabobo	Tercera	40	963-599
Resbalón El	Veloz 31-38 y Vargas Torres	Tercera	40	968-122
Rey Del Burrito El	AV. Daniel Leon Borja 38-36 y L.A.Falconi	Tercera	32	967-046
Rey El	Ave. D L B y Carabobo	Tercera	40	
Rincon El Costeñito	Rocafuerte 24-57 y Ayacucho	Tercera	32	953-866
Rincon Quiteño	Tarqui 23-56 y 1era. Constituyente	Tercera	24	
Samarina	Espejo 24-16	Tercera	28	
Soffi·S	Monseñor Leónidas Proaño 17 y Araucano	Tercera	24	601-408
Santa Faz	Epiclachima 20-68 y Daniel León Borja	Tercera	40	948-560
Texas Asadero	José Lizarzaburu, Panamericana Norte	Tercera	40	965-617
The Gourmet	Demetrio Aguilera 55-45 y Pio XII	Tercera	28	603-199
Tukysito	10 de Agosto 14-59 y Morona	Tercera	48	950-770
Vanesita	Unidad Nacional (estación del tren)	Tercera	32	s/n
Alas Doradas	Lavalle s/n y Villarroel	Cuarta	12	s/n
Asadero Villa Maria	Veloz 12-81 y Joaquín Chiriboga	Cuarta	24	
Autentico Sabor El	Benalcazar 21-37 y 10 de Agosto	Cuarta	24	960-786
Alexandra	Epiclachima 19-40y Rey Cacha	Cuarta	10	s/n
Anita	Luz Elisa Borja 32-35 y Espejo	Cuarta	24	s/n
Asadero Riobambeñito	10 de Agosto y Almagro	Cuarta	24	s/n
Brisa Y Mar	Veloz y la 44	Cuarta	24	962-680
Campesino El	Villarroel s/n y Lavalle	Cuarta	20	s/n
Casa Blanca	Ave. La Prensa NO 10 Calle E	Cuarta	32	947-334
Choza	By Pass Sector Norte	Cuarta	24	s/n
Corozao	José Lizarzaburo Panamericana Norte	Cuarta	36	943-387
Delicia La	Diego de Ibarra 34-36 y Orozco	Cuarta	24	s/n
Don Ayo	Av. La Prensa y Reina Pacha	Cuarta	24	
Don Washintong	Epiclachima 20-64 y DLB	Cuarta	36	948-567
Dragon 2	Pichincha 30-54 y New York	Cuarta	24	s/n
Elenita	Antonio José de Sucre 32-40 y México	Cuarta	28	966-314
Emperador	10 de Agosto 21-62 y Carabobo	Cuarta	24	951-341
Encebollados Don Eduardo	Junín s/n y García Moreno	Cuarta	24	
Erik	10 de Agosto 10-34 y Puruhá	Cuarta	24	
Erika	Carabobo 29-33 y Villarroel	Cuarta	20	
Europa	Chile 18-08 y Pichincha	Cuarta	24	947-115

Farolito	10 de Agosto 28-58 y Magdalena Dávalos	Cuarta	40	966-775
Farolito # 2	Espejo 34-16 e Isidro Cordovez	Cuarta	36	966-755
Forastero El	Epiclachima 19-40 y Rey Cacha	Cuarta	40	948-520
Fritadas Anita	Carabobo 26-37 y Argentinos	Cuarta	28	
Gardenia Las	Epiclachima 19-60 y Rey Cacha	Cuarta	24	
Gaviotas	Epiclachima 20-74 y Av. Daniel León Borja	Cuarta	24	
Himalaya	Carabobo 20-25 y Guayaquil	Cuarta	44	O97596842
Hornero El	Puruhá 22-15 y 10 de Agosto	Cuarta	24	948-668
Idolo El	Junín 26-62 y Pichincha	Cuarta	20	
Julianita	Epiclachima 20-24 y Av. Daniel León Borja	Cuarta	28	
Nueva Jing Jing	Miguel Ángel Leon 22-36	Cuarta	32	
Mar Azul	Epiclachima 20-44 y huayna Palcon	Cuarta	24	948-562
Pico Loco	Olmedo y Rocafuerte	Cuarta	36	952415
Pinos El	Av. Lizarzaburu 57-07	Cuarta	16	944-664
Pionero El	Villarroel 28-22 y Rocafuerte	Cuarta	28	
Pollo Tex	Espejo s/n y Cordovez	Cuarta	32	
Preferido El	Epiclachima 19-60 y Huaina Palcon	Cuarta	28	961-079
Puerto Azul	García Moreno y Olmedo	Cuarta	44	968-291
Puerto Rico	Epiclachima 20-54 y Daniel L Borja	Cuarta	40	962-841
Rancho El	Panamericana Norte	Cuarta	20	947-588
Rincon Costeño	Carabobo 22-55 y Guayaquil	Cuarta	24	
Rincon Manabita	Unidad Nacional s/n y Juan Montalvo	Cuarta	32	
Rincon Quiteño	Eplicachina 44-51 y Huayna Palcon	Cuarta	24	
Rosi Pollo	1era. Constituyente 15-27 y Almagro	Cuarta	40	966-838
Sabor Latino	Las Retamas Calle E Mz 9	Cuarta	24	949-804
Scampino	Venezuela 20-34 y Tarqui	Cuarta	32	
Tañita	Panamericana Norte Barrio El Retamal	Cuarta	16	942-614
Viajero	By Pass Ciudadela San Miguel de Tapi	Cuarta	24	
Viejo Willis	Olmedo y Juan Montalvo	Cuarta	24	
Ximenita	Juan Montalvo 20-42 y Unidad Nacional	Cuarta	32	960-648

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	PAX X MESA	TELEFONO
Bar				
Trastienda Bar	Junín 37-31 y Brasil	Primera	100	943-359
Vieja Guardia Pub	Manuel Elicio Flor 40-43 y Carlos Zambrano	Primera	100	940-735
Romeo Y Julieta	1era constituyente 12-53 y Joaquín Chiriboga	Segunda	66	941-256
Cocktail	Uruguay 22-42 y Veloz	Segunda	60	944-632
English Pub	Ave. Daniel l B y Pasaje Espectador	Segunda	40	950-753
Black & White Ii	Veloz 39-38 y Carlos Zambrano	Segunda	100	962-400
Royal Club	Veloz y Carlos Zambrano	Segunda	80	967-769
San Valentin Club	Ave. D L B y Vargas Torres	Segunda	80	963-137
Barca La	Velasco 20-45 y Guayaquil	Tercera	60	961-328
Copacabana	10 de Agosto 12-73 y JoaquínChiriboga	Tercera	50	948-327
Estrella Del Sur	Celso A. Rodríguez O9-50 y Puruhá	Tercera	60	968-200

Favi Karaoke Bar	10 de Agosto O9-15 y Eloy Alfaro	Tercera	32	948-327
Gens Chop	Av. Daniel Leon Borja 21-33 y Duchicela	Tercera	60	960-707
Karaoke Amigo Mio	Primera Constituyente y Cuba	Tercera	32	941-595
Atomiun Café Bar	Veloz s/n y Carlos Zambrano	Tercera	32	940-038
La Biblioteka	Veloz 35-24 y Diego de Ibarra	Tercera	54	946-667
Black & White	Olmedo 18-35 y Velazco	Tercera	56	962-400
Burbuja La	Duchicela s/n y Ave. Daniel León Borja	Tercera	12	
Club Habana	Ave. Gonzalo Dávalos y Carlos Zambrano	Tercera	28	
Copacabana	10 de Agosto 12-73 y JoaquínChiriboga	Tercera	36	948-327
D´Ka Che	Puruhá 38-18 y Juan Bernardo León	Tercera	64	961-698
Gens Bar	1era. Constituyente y Joaquín Chiriboga	Tercera	80	
Jedro's Bar	10 de Agosto 12-73 y JoaquínChiriboga	Tercera	40	967-972
Mont Blank Bar	Veloz s/n y Puruhá	Tercera	60	968-915
New Chelo Bar Karaoke	Cdla. 15 de Noviembre No 9 Mz. B	Tercera	80	933-176
La K Zona	Junín 37-31 y Brasil	Tercera	40	99585292
Ligths Bar Karaoke	Puruhá 21-38 y 10 de Agosto	Tercera	20	952-155
Pipas Baco Bar	Daniel Leon Borja 32-20 y Vargas Torres	Tercera	24	968-791
Tauro·S	Calle Innominada 21 Cdla. Los tulipanes Mz B	Tercera	24	
Tentadero El	Av. Daniel Leon Borja y Miguel Ángel Leon	Tercera	36	967-174
Divina Amnecia	Av. Daniel Leon Borja y Miguel Ángel Leon	Tercera	36	
1-2-3- Peña Bar	Junín 30-17 y Juan Montalvo	Tercera	48	968-518

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAT.	PAX X MESA	TELF
Centro De Recreación Turística				
Cenaest	5 de Junio 18-30 y Villarroel	Primera	20	942-382
Sala De Baile				
Bamba Rio	Ave. Bypass s/n	Segunda	50	964-656

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAT.	PLAZA	PAX X MESA	TELF
Transporte Terrestre					
Sanpertrans Cía Ltda.	Lavalle 211 y Ave Daniel León Borja		36	0	961-664
Rioempres	Daniel Leon Borja				
Hermsa Travel	Carlos Zambrano y Av. DLB				
Paradero					
San Sebatian	Panamericana Sur Km 9 1/2 Calpi	Segunda	0	28	949-483

ALAUSÍ

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
Agencia de Viajes			
Nariz Del Diablo	5 de Junio 130 y Pedro de loza	Operadora	930-240

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAT	HAB	PLA	PAX X MESA	TELF
Hostal						
Colina La	Panamericana Sur	Segunda	12	14	32	930-891
San Pedro	5 de Junio s/n y 9 de Octubre	Segunda	13	31	24	930-089
Gampala	KM. 1, Vía a Chunchi	Tercera	15	60	60	930-138
Panamericano	5 de Junio 161 y 9 de Octubre	Tercera	16	43	44	930-278
Tequendama	5 de Junio 152 y 9 de Octubre	Tercera	17	54	0	930-123
Hostal Residencia						
Alausi	Esteban de Orozco y 5 de Junio	Tercera	15	36	0	930-361
Americano	García Moreno 151	Tercera	15	62	0	930-159
Europa	5 de Junio y 9 de Octubre 175	Tercera	25	55	0	
Hosterías						
Posada De Las Nubes	Conventillo Km. 11. Carretera García Moreno	Segunda	7	22	20	930-535
Rincon De Isabel	Sector de Buha Km 2	Tercera	6	9	0	930-121
Vieja Casona	Mariana Muñoz de Ayala s/n y Brasil	Primera	9	30	16	930-161
Eterna Primavera	Huigra	Segunda	19	63	32	312-267

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	PAX X MESA	TELEFONO
Restaurante				
Americano Restaurante	5 DE Junio s/n y Esteban Orozco	Tercera	24	931-313
Café De Pedro	Loma Lluglli, junto a Imagen de San Pedro	Tercera	24	930-332
Chavales Los	Eloy Alfaro y Bolivia	Tercera	32	931-212
Cisne El	5 de Junio s/n y Antonio Cattani	Tercera	44	930-588
Comedor Familiar	9 de Octubre 156 y Pedro Dávila	Tercera	28	931-221
Diligencia La	Eloy Alfaro. Estación Ferrocarril	Tercera	40	931-293
Don Fausto	Panamericana Sur - Vía Chunchi	Tercera	48	930-290
Flamingo	9 de Octubre y Antonio Mora	Tercera	28	930-367
Integracion Andina	Panamericana Sur - Vía Cuenca	Tercera	76	930-306
Kenn Jhonny	García Moreno y Chile	Tercera	24	930-133
Sucre	Esteban Orozco y 5 de Junio	Tercera	24	
Súper Adrians	Pedro de Loza 142 y 5 de Junio	Tercera	32	
Vera Del Camino	Panamericana Sur - Vía Chunchi	Tercera	80	930-055
Danielito	5 de Junio 165 y Esteban Orozco	Cuarta	24	
Delicias Del Paladar	5 de Junio y 9 de Octubre	Cuarta	24	
Latacungueñita	5 de Junio 153 y Pedro Loza	Cuarta	20	
Yapita La	5 de Junio 165 y 9 de Octubre	Cuarta	28	935-395
Bar				
Éxtasis	Pablo José Dávila y Esteban Orozco	Tercera	60	931-376
Refugio El	Av. 5 de Junio y Cattani	Tercera	60	930-587

COLTA

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAT.	PAX X MESA	TELEFONO
Restaurante				
Rey Dorado	Unidad Nacional S/n	Tercera	60	912591
Restaurante Familiar	Panamericana Sur, vía a Guamote	Tercera	28	912-161

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAT	HAB	PLA	PAX X MESA	TELF
Hostería						
Jatun Quilla Shayana	Hacienda Isabela de Sasapud	Primera	7	28	40	910-059
Pampa La	Catequilla Titaycún	Segunda	6	28	72	09-731-494

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	PAX X MESA	TELEFONO
Restaurante				
VERGEL EL	Barrio El Vergel	Segunda	80	969-747

CHUNCHI

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAT	HAB	PLA	PAX X MESA	TELF
Hotel						
Chunchi Imperial	SimónBolívar s/n y Manuel Reyes	Segunda	30	60	40	936-626
Pensión						
Estancia Del Sabor La	Av. 4 de Julio y Capitán Ricaurte	Tercera	6	18	68	936-551

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	HABIT	PLAZA	PAX X MESA	TELEFONO
Hostal Residencia						
Ramada Internacional	Aníbal Vela s/n y Riobamba	Segunda	18	52	0	916-242

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	PAX X MESA	TELEFONO
Restaurante				
Oasis Paradero	Panamericana Sur y AV. Maldonado	Segunda	24	916-020
Paradero Los Saskines	Comunidad de Atillo	Tercera	40	

GUANO

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAT	HAB	PLA	PAX X MESA	TELEFONO
Hostería						
Andaluza La	Panamericana Norte km 16	Primera	55	116	330	904-223
Eucaliptos Los	Barrio San Pablo, Panamericana Norte	Primera	6	13	68	904-419
Quinta Karen Estefanía	Esmeraldas 161 y Asunción	Primera	26	78	60	900-040
Albergue						
Estrella Del Chimborazo	Comunidad Pulingui, San Pablo Km. 36	Primera	8	16	30	964-915

Motel						
Palermotel	Panamericana Norte Km. 3 1/2	Segunda	37	74	0	963-627
Paraiso El	Panamericana Norte Km. 4 1/2	Segunda				

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	PAX X MESA	TELEFONO
Restaurante				
San juan Loma	Barrio La Panadería, San Andrés	Segunda	48	904-514
Trini Pillauti - Laguna	Parroquia El Rosario La laguna	Tercera	16	944-140
Rica Fritada	Agustín Dávalos 53-52 y Asunción	Tercera	36	900-401
Posada La	Leon Hidalgo y Ricaurte	Cuarta	32	900-597
Guaneñita 2	García Moreno s/n y Asunción	Cuarta	24	901-089
Guaneñita 1	Francisco Quilpe 528 y Eloy Alfaro	Cuarta	40	900-417
Paradero				
Cerro Viejo	Vía a Chimborazo Km. 24	Segunda	24	962-412

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	PAX X MESA	TELEFONO
Discoteca				
American Disco Club	García Moreno y Asunción	Segunda	80	900-041

PALLATANGA

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAT	HAB	PLA	PAX X MESA	TELEFONO
Campamento Turístico						
Ecovita Organic Camping & Farm	Pallatanga Km. 139 vía a Riobamba	Segunda	20	80	40	919-286
Hostería						
Llanos Los	Sector Los Llanos	Primera	20	30	80	04-326-337
Valle El	Vía Principal Km 2	Segunda	18	90	60	919-216
Pensión						
Melita	10 de Agosto 114 y Rocafuerte	Tercera	7	25	0	919-116
Ximenita	Vía Principal	Tercera	9	39	0	919-154

RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA	PAX X MESA	TELEFONO
Restaurante				
REINA PALLA	Panamericana Sur Vía Principal	Segunda	48	
FOGATA LA	Panamericana Sur Vía Principal	Tercera	20	
FUENTE LA	Panamericana Sur Vía Principal	Tercera	48	
PARAISO	Panamericana Sur Vía Principal	Tercera	48	919-154
VOLVERE	Panamericana Sur Vía Principal	Tercera	56	919-141
ALEXANDRA	Panamericana Sur Vía Principal	Cuarta	40	
CRIOLLO EL	Panamericana Sur Vía Principal	Cuarta	48	

Anexo 4: Inventario de atractivos turísticos

No.	Atractivo	Localización		Clasificación del Atractivo		Jerarquía
		Cantón	Parroquia	Tipo	Subtipo	
01	Centro Histórico Urbano de Alausí	Alausí	Alausí Central	Histórica	Arquitectura Religiosa	**II**
02	Centro Histórico de Huigra	Alausí	Huigra	Histórica	Arquitectura Religiosa	**II**
03	Comunidades Indígenas Kichwas de la Sierra	Alausí	Sector Rural	Etnografía	Grupo Étnico	**II**
04	Camino del Inca	Alausí	Achupallas	Históricas	Sitios Arqueológicos	**III**
05	Complejo Lacustre de Ozogoche	Alausí	Totoras PNS	Ambiente Lacustre	Laguna	**III**
06	Nariz del Diablo	Alausí	Pistishí	Montaña	Cordillera	**III**
07	Conchas Petrificadas de Chicho Negro	Alausí	Achupallas	Restos Prehistóricos	Fósiles Petrificados	**II**
08	Cascadas de Huigra	Alausí	Huigra	Ríos	Cascada	**II**
09	Páramos de Colta	Colta	Juan de Velazco	Bosque	Páramo	**II**
10	Laguna de Hierba Buena	Colta	Juan de Velazco	Ambiente Lacustre	Laguna	**II**
11	Archibasílica de Nuestra Señora de las Nieves	Colta	Sicalpa	Históricas	Arquitectura Religiosa	**II**
12	Museo Histórico	Colta	Sicalpa	Históricas	Museo Colonial	**II**
13	Feria de Colta	Colta	Villa la Unión	Acontecimientos Programados	Feria	**II**
14	Iglesia de Balbanera	Colta	Sicalpa	Histórica	Arquitectura Religiosa	**III**
15	Laguna de Colta	Colta	Santiago de Quito	Ambiente Lacustre	Laguna	**II**
16	Ruinas de San Francisco	Colta	Sicalpa	Históricas	Sitios Arqueológicos	**II**
17	Artesanías	Colta	Sicalpa	Etnografía	Artesanías	**II**
18	Fiestas Populares	Colta	Sicalpa	Acontecimientos Programados	Fiestas (Carnaval)	**II**
19	Fiestas y Celebraciones Religiosas	Cumandá	Cumandá	Manifestaciones religiosas	F. y celebraciones religiosas	**II**
20	Gastronomía	Cumandá	Cumandá	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	**II**
21	Piedras Talladas	Cumandá	Sector Rio Blanco	Históricas	Objetos Arqueológicos	**II**
22	Bosque Protector Chilacay	Cumandá	Naranjapata	Bosque	Bosque Húmedo Occidental	**II**
23	Ríos de Cumandá	Cumandá	Cumandá	Ríos	Rápidos o raudales	**II**
24	Poza de Santa Rosa	Cumandá	Suncamal	Ambiente Lacustre	Poza	**II**
25	Iglesia Matriz	Chambo	Matriz	Histórica	Arquitectura Religiosa	**I**
26	Santuario de Nuestra Señora De La Fuente del Carmelo de Catequilla	Chambo	Matriz	Histórica	Arquitectura Religiosa	**II**
27	Aguas Termales De San Francisco	Chambo	San Francisco	Aguas Subterráneas	Aguas termales	**II**
28	Laguna de Rocon	Chambo	Matriz	Ambiente Lacustre	Laguna	**II**
29	Nevado los Cubillines	Chambo	Chambo	Montaña	Alta montaña	**II**
30	Nevado los Quilimás	Chambo	Chambo	Montaña	Alta montaña	**II**
31	Bosque Primario Leonán de Llucud	Chambo	San Pedro de Llucud.	Bosque	Páramo	**II**
32	Cascada de Curipaccha	Chambo	Comunidad Titaycun			**II**

No.	Atractivo	Localización		Clasificación del Atractivo		Jerarquía
		Cantón	Parroquia	Tipo	Subtipo	
33	Shamanismo –Medicina Tradicional	Chambo	Chambo	Etnografía	Shamanismo	**II**
34	Producción Agrícola	Chambo	Chambo	Realizaciones Técnica y Científicas	Explotaciones agropecuarias.	**II**
35	El Vergel	Chambo	Chambo			**II**
36	Cerro Puñay	Chunchi	Chuchi	Montaña	Cordillera	**II**
37	Valles Suptropicales	Chunchi	Chunchi	Planicie	Valle	**II**
38	Valle Picay	Chunchi	Chunchi	Planicie	Valle	**II**
39	Zona Charron-Launag	Chunchi	Chunchi	Histórico	Sectores	**II**
40	Tradiciones y Creencias Populares	Chunchi	Chunchi	Etnografía	Grupo Étnico Blanco Mestizo	**II**
41	Feria de Guamote	Guamote	Guamote	Etnografía	Ferias y Mercados	**III**
42	Gastronomía	Guamote	Guamote	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	**II**
43	Comunidades Indígenas Kichwas de la Sierra	Guamote	Guamote	Etnografía	Grupo étnico	**II**
44	Carnaval de Guamote	Guamote	Guamote	Acontecimientos Programados	Fiestas – Carnavales	**III**
45	Mirador Turístico	Guamote	Guamote	Montaña	Colina	**I**
46	Hacienda de Totorillas	Guamote	Palmira	Histórica	Arquitectura Civil	**II**
47	Páramo de Arena	Guamote	Palmira	Desiertos	De interior	**II**
48	Parque Nacional Sangay	Guamote	Cebadas	Sistema de Áreas Protegidas	Parque Nacional	**IV**
49	Estación de Guamote	Guamote	Guamote	Histórica	Arquitectura Civil	**II**
	Complejo Lacustre Atillo	Guamote	Cebadas	Ambientes Lacustres	Laguna	**II**
50	Colina De Lluishi	Guano	Guano	Montañas	Colina	**II**
51	Ruinas Del Monasterio de la Asunción	Guano	Guano	Histórica	Arquitectura Religiosa	**II**
52	Biblioteca Municipal del cantón Guano	Guano	Guano	Histórica	Museo	**II**
53	Laguna de Langos o Valle Hermoso	Guano	Guano	Ambientes Lacustres	Laguna	**II**
54	Artesanías	Guano	Guano	Etnografía	Artesanías en cuero/ tejidos	**II**
55	Gastronomía	Guano	Guano	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	**II**
56	Tallados en Piedra	Guano	Guano	Etnografía	Artesanías en piedra.	**II**
57	RPF Chimborazo	Guano	Guano	Sistema de Áreas Protegidas	Reserva de Producción Faunística	**IV**
58	Parque Acuático lo Elenes	Guano	Guano	Realizaciones T. y C.	Balneario	**II**
59	Parques	Guano	Guano	Realizaciones Artísticas Contemporánea	Parques	**II**
60	Iglesias	Guano	Guano	Histórica	Arquitectura Religiosa	**II**
61	Estación Urbina	Guano	San Andrés	Histórica	Arquitectura Civil	**II**
62	Cascada San Jorge	Pallatanga	Pallatanga	Ríos	Cascadas	**II**
63	Cascada da Chorrera Del Diablo	Pallatanga	Guagal	Ríos	Cascadas	**II**

No.	Atractivo	Localización		Clasificación del Atractivo		Jerarquía
		Cantón	Parroquia	Tipo	Subtipo	
64	Cascada Dd Sillagoto	Pallatanga	Pallatanga	Ríos	Cascadas	**II**
65	Cascada Encanto de la Princesa	Pallatanga	Guagal	Ríos	Cascadas	**II**
66	Cascada Pala de Oro	Pallatanga	Guagal	Ríos	Cascadas	**II**
67	Festividades del Cantón	Pallatanga	Pallatanga	Acontecimientos Programados	Fiestas	**II**
68	Río Salsipuedes	Pallatanga	Pallatanga	Ríos	Rápidos o Raudales	**II**
69	Miradores de Pallatanga	Pallatanga	Pallatanga	Montaña	Colina	**II**
70	Bosque Primario Balazul	Pallatanga	Pallatanga	Bosque	Montano Bajo Occidental	**II**
71	Bq. Protector Santa Rosa, Chilicay Manuelita	Pallatanga	Suncamal	Bosque	Montano Bajo Occidental	**II**
72	Cascada Chilicay	Pallatanga	Suncamal	Ríos	Cascadas	**II**
73	Rio Chambo	Pallatanga	Cascajal	Ríos o Raudales	Rápidos o Raudales	**II**
74	Ruinas de Palihuaico	Pallatanga	Pallatanga	Histórico	Sitio Arqueológico	**II**
75	Festividades del Cantón	Pallatanga	Pallatanga	Acontecimientos Programados	Fiestas	**II**
76	Iglesia San Pedro de Suncamal	Pallatanga	Suncamal	Históricas	Arquitectura Religiosa	**II**
77	Bio Caña (Industria Artesanal)	Pallatanga	Suncamal	Acontecimientos Programados	Fiestas	**II**
78	Nevado El Altar	Penipe	Candelaria	Montañas	Glaciares	**III**
79	Volcán Tungurahua	Penipe	El Altar	Montañas	Volcanes	**III**
80	Aguas Termales de Palictahua	Penipe	Puela	Aguas Subterráneas	Aguas Termales	**II**
81	Ríos de Penipe	Penipe	El Altar	Ríos o Raudales	Rápidos o Raudales	**II**
82	Comunidades Indígenas Kichwa de la Sierra	Penipe	El Altar	Etnografía	Grupo Étnico	**II**
83	Iglesias de la Ciudad de Riobamba	Riobamba	Riobamba	Históricas	Arquitectura Religiosa	**II**
84	Parques de la Ciudad de Riobamba	Riobamba	Riobamba	Realizaciones Artísticas Contem.	Parques	**II**
84	Edificaciones Históricas de Riobamba	Riobamba	Riobamba	Históricas	Arquitectura Civil	**III**
86	Museos	Riobamba	Urbanas y Punín	Históricas	Museos	**III**
87	Plazas, Ferias y Mercados	Riobamba	Riobamba	Etnográficas	Ferias y Mercados	**II**
88	Gastronomía	Riobamba	Riobamba	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	**II**
89	Artesanías	Riobamba	Riobamba	Etnografía	Artesanías	**II**
90	Viaje en Tren	Riobamba	Riobamba	Históricas	Arquitectura Civil	**IV**
91	Museo y parroquia Cacha Kichwas de la Sierra.	Riobamba	Cacha	Etnografía	Grupo Étnico	**III**

Fuente: Gerencia Regional Sierra Centro del MINTUR 2010

Anexo 5: Inventario de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Provincia de Chimborazo

N.-	Denominación	Cantón	Parroquia	Lengua	Ámbito	Subámbito	Detalle Subámbito
002	Historias Locales: transporte del hielo del Chimborazo, del teatro León en Riobamba; La Corina Silva de Alausí; el último viaje de Alfaro, La Nariz del Diablo, El comercio y el Ferrocarril, El animero de Alausí; Presencia Inca en, Molino de piedras y El nombre de Achupallas: El paso del tren en Guasuntos, Cruz de Quibe-Huigra, Muerte de Leonidas Proaño, Pucará – Sibambe, Origen de Tixán, Origen del Ferrocarril, Origen de Cajabamba y Colta, Origen e carnavales, La momia, la curtiembre, la buena muerte, Fiesta de San Andrés, de Guano, y la Historia de San Francisco y la lluvia en Penipe. Aparición del Cristo de la pared. CAPACK Raymi, Virgen De las mercedes,	Riobamba, Guano, Alausí, Colta, Penipe	Riobamba	Kichwa	Tradiciones Y Expresiones Orales**(Tradiciones y EO)**	Expresiones Orales	Cuentos
003	Danzas y Músicas Ancestrales	Riobamba	Riobamba	Español	Artes Del Espectáculo	Danza	N/A
004	Relatos del Matrimonio en Gatazo y de las mayores crisis del pasado	Riobamba	Riobamba	Español	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Cuentos
006	Personaje Tradicional De La Pirotecnia En Cubijíes	Riobamba	Riobamba	Español	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Cuentos
007	Gastronomía: Chicha de máchica Leche de tigre, fritada y hornado de Riobamba; quesillo, chicha, tortilla de papa, hornado, choclo mote, chappo, caldo de gallina, Ají, morcilla de cerdo, conejo, pote pillo y fanesca de Alausí; canelazo, morocho, chicha de jora, choclas, quesos, cuy con papas, tortillas en tiesto, buñuelos, tamal, tortillas, jucho, molluelo, Guagua de pan.	Riobamba Guano, Alausí, Colta, Guamote, Chambo, Chunchi.	Riobamba	Español	Conocimientos y Usos Relacionados Con La Naturaleza Y El Universo**(Conocimientos y URNU)**	Gastronomía	Gastronomía Festiva o Ritual
008	Juegos: El Boliche, ollas encantadas, palo encebado, Juego de los cocos, de la chanta, de la chaza, el trompo, las planchas, los pepos, chancho encebado, soplo vino, cushpi, ensacados. El Cuy, Atrapa el chancho y el gallo enterrado, el barril	Alausí, Colta, Guamote, Guano, Chambo, Chumchi,Riobamba	Riobamba	Español	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Prác. Deportivas y Recreativas
009	Fiesta de San Juan Bautista, San Pedro, San Jerónimo, San Felipe y San Jacinto; San Judas, San Andrés, San Antonio San miguel y Virgen de la Dolorosa y a Cristo	Alausí, Colta, Guamote,	Riobamba	Español	Usos Sociales, Rituales Y Actos Festivos**(Usos Sociales RyAF)**	Fiestas	Fiestas o Conmemoraciones Religiosas

N.-	Denominación	Cantón	Parroquia	Lengua	Ámbito	Subámbito	Detalle Subámbito
	Rey. Niño de los Milagros y Rey de Reyes, Santo Cristo,	Guano, Chambo, Chunchi, Riobamba.					
010	Fiestas de Parroquialización de San Juan, de Santiago de Quito; y fiestas de Cantonización.	10cantones		Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	Fiestas Cívicas
013	Memorias Sobre Personajes Riobambeños Miguel Ángel Pontón y Pedro Vicente M	Riobamba	Riobamba	Español	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Cuentos
016	Leyenda De La Niña Blanca, Hija Del Taita Chimborazo	Riobamba	Riobamba	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Otros
018	Raspados con hielo del Chimborazo	Riobamba	Riobamba	Español	Conocimientos y URNU	Gastronomía	Gastronomía Cotidiana
019	Camisa Bordada- Pulucate,	Riobamba	Riobamba	Kichwa	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Textilería
020	Monturas Repujadas-Riobamba	Riobamba	Riobamba	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Talabartería
021	Zamarros de Cuero de Llamingo, Borrego y Chivo	Riobamba	Riobamba	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Talabartería
022	Fiesta del Carnaval	Toda la Provincia	Todas	Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	F. Conmemora. Religiosa
023	Historia Local sobre danzas tradicionales y el corso de Flores	Riobamba	Riobamba	Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	F. Conmemora. Religiosa
024	Ponsicaico	Riobamba	Riobamba	Español	Artes Del Espectáculo	Música	N/A
025	Historia Local Sobre Tomás Oleas, sobre la radio El Prado, Noches de Correo, la retratas, la Laguna de Pucará Quinche-Cacha	Riobamba	Riobamba	Español	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Cuentos
026	Tejidos En Alpaca-Riobamba, Chimborazo, Textilería de Ponchos, Bayetas, Anacos y Shigras-Cacha	Riobamba	Riobamba	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Textilería
027	Medicina Tradicional	Riobamba	Cacha (Machangara)	Kichwa	C. Usos Relacionados Con La Naturaleza	Medicina Tradicional	N/A
028	Cuento del Cóndor Cazador- Cacha, Cuento del Antogalla	Riobamba	Cacha (Machangara)	Kichwa	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Cuentos
029	Orinoterapia- Cacha	Riobamba	Cacha (Machangara)	Español	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
030	Montaña De Alancahuán- Cacha	Riobamba	Cacha (Machangara)	Kichwa	Conocimientos y URNU	Espacios Simbólicos	N/A
031	Mal Del Cerro- Cacha	Riobamba	Cacha (Machangara)	Kichwa	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A

N.-	Denominación	Cantón	Parroquia	Lengua	Ámbito	Subámbito	Detalle Subámbito
032	Leyenda Del Antun-Aya- Cacha	Riobamba	Cacha (Machangara)	Kichwa	Tradiciones y EO	Leyendas	**Leyenda Aso. Apariciones Seres Sobrenaturales**)
033	Atención Pre Natal, Parto Y Post Parto- Cacha	Riobamba	Cacha (Machangara)	Kichwa	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
034	Pushcanrumi- Calpi	Riobamba	Calpi	Kichwa	Conocimientos y URNU	Espacios Simbólicos	N/A
035	Lugar Del Nacimiento Del Viento- Calpi	Riobamba	Calpi	Kichwa	Conocimientos y URNU	Espacios Simbólicos	N/A
036	Infusión De Chuquiragua- Calpi	Riobamba	Calpi	Kichwa	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
037	Toros De Pueblo	Riobamba Alausí, Penipe.	Calpi, Pungalá	Kichwa	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Juegos Rituales oFestivos
038	Guasallo O Jochante- Calpi	Riobamba	Calpi	Kichwa	Usos Sociales RyAF	Otros	Otros
039	Semana Santa	Todos	Todos	Español	Usos Sociales, Rituales Y Actos Festivos	Fiestas	F. Conmemora. Religiosa
040	Coplas De Carnaval	Riobamba y Penipe	Calpi, Licto, Flores	Español	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Coplas
041	Botada De Vara- Calpi	Riobamba	Calpi	Español	Usos Sociales RyAF	Ritos	Ritos De Iniciación
042	Pirotecnia- Cubijíes	Riobamba	Cubijíes	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Pirotecnia
043	Uso Medicinal De La Granada- Cubijíes	Riobamba	Cubijíes	Español	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
044	Piolas En Cabuya- Cubijíes	Riobamba	Cubijíes	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Otros
045	Matrimonio Indígena	Riobamba	Flores, Punín	Kichwa	Usos Sociales RyAF	Ritos	Ritos De Paso
046	Preparación De La Chicha De Jora En Licto	Riobamba	Licto	Español	Conocimientos y URNU	Gastronomía	Gastronomía Cotidiana
047	Sombreros De Paño - Licto	Riobamba	Licto	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Otros
048	Cometas- Licto	Riobamba	Licto	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Otros
048	Tambores De Cuero De Borrego- Licto	Riobamba	Licto	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Técnicas Artesanales Tradicionales	Fabricación de Instrumentos Musicales
050	Historia Local Del Carnaval- Licto	Riobamba	Licto	Español	Usos Sociales RyAF	F. Conmemora. Religiosa	F. Conmemora. Religiosa
051	Leyenda Del Encargo De Las Velas- Pungalá	Riobamba	Pungalá	Español	Tradiciones EO	Leyendas	Otros

N.-	Denominación	Cantón	Parroquia	Lengua	Ámbito	Subámbito	Detalle Subámbito
052	Rodeo Del Chagra- Pungalá	Riobamba	Pungalá	Español	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Juegos Rituales o Festivos
153	Romerías De Nuestra Señora De La Peña- Pungalá	Riobamba	Pungalá	Español	Usos Sociales, Rituales Y Actos Festivos	Fiestas	F. Conmemora. Religiosa
154	Novena Al Niño Jesús- Pungalá	Riobamba	Pungalá	Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	F. Conmemora. Religiosa
155	Leyenda De La Aparecida- Quimiag	Riobamba	Quimiag	Español	Tradiciones EO	Leyendas	Leyenda Aso. Aparición Seres
156	Crianza Y Pelea De Gallos- San Luis	Riobamba	San Luis	Español	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Prác. Deportivas y Recreativas
157	Toponimia- Alausí	Alausí	Alausí	Español	Conocimientos y URNU	Toponimia	N/A
158	Shigras- Alausí	Alausí	Alausí	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Otros
159	Indumentaria Cotidiana De Las Mujeres Indígenas- Alausí	Alausí	Alausí	Español	Usos Sociales RyAF	Prácticas Comunitarias Tradicionales	N/A
160	Concurso De Coches De Madera- Alausí	Alausí	Alausí	Español	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Juegos Rituales o Festivos
170	Torneo De Cintas A Caballo- Alausí	Alausí	Alausí	Español	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Juegos Rituales o Festivos
171	Toma De La Plaza- Alausí	Alausí	Alausí	Español	Usos Sociales RyAF	Ritos	Ritos De Conmemoración
172	Talabartería- Alausí	Alausí	Alausí	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Talabartería
173	Leyenda Del Lobo De La Cola De Fuego- Alausí	Alausí	Alausí	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso. aparición Seres S
174	Medicina Alternativa- Alausí	Alausí	Alausí	Español	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
175	Leyenda De Filomena Y La Calavera- Achupallas	Alausí	Achupallas	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso. aparición Seres S
176	Historia Sobre La Presencia Inca- Achupallas, Sobre Uso Del Molino De Piedra- Achupallas	Alausí	Achupallas	Kichwa	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Cuentos
177	Hornos De Leña - Achupallas	Alausí	Achupallas	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Técnicas Constructivas Tradicionales	N/A
178	Elaboración De Adobe- Achupallas	Alausí	Achupallas	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Técnicas Constructivas Tradicionales	N/A
179	Rito De La Ofrenda De Vino A Los Difuntos- Guasuntos	Alausí	Guasuntos	Español	Usos Sociales RyAF	Ritos	Ritos de Conmemoración
181	Leyenda De La Llegada Del Patrono San Luis- Guasuntos	Alausí	Guasuntos	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyendas Aso. IR

N.-	Denominación	Cantón	Parroquia	Lengua	Ámbito	Subámbito	Detalle Subámbito
182	Ecuavóley- Multitud	Alausí	Multitud	Español	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Prác. Deportivas y Recreativas
183	Conmemoración Del Día De Difuntos- Multitud	Todos	Todos	Español	Usos Sociales RyAF	Ritos	Otros
184	Leyenda De La Cruz De Piedra- Sevilla	Alausí	Sevilla	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso.IR
185	Prevención Y Limpia Del Mal Aire- Sibambe	Alausí	Sibambe, Tixán	Kichwa	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
186	Leyenda De La Cueva De Los Murciélagos, Borracho Encantado.	Alausí	Sibambe	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyendas Asociadas a Imágenes Religiosas (**Leyenda Aso.IR**)
187	Historia Local Sobre El Origen De Tixán- Tixán	Alausí	Tixán	Kichwa	No Determinado	No Determinado	No Determinado
188	Leyenda De La Laguna De Quillococha- Bola De Oro	Alausí	Tixán	Español	Tradiciones Y Expresiones Orales	Leyendas	Leyenda Asoc. TyA
189	Fiestas De La Cosecha- Tixán	Alausí	Tixán	Kichwa	Usos Sociales RyAF	Fiestas	Fiestas Agrarias o Productivas
190	Carrera De Burros	Alausí	Tixán	Español	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Juegos Rituales o Festivos
191	Artesanía Textil-	Alausí	Tixán	Kichwa	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Textilería
192	Procesamiento De La Lana De Borrego	Alausí	Tixán	Kichwa	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Otros
193	Leyenda De La Mama Virgen Andariega, De Celos, Crimen Y Profecía, De Las Pailas Encantadas De La Laguna De Colta-- Riobamba	Colta	Villa La Unión(Cajabamba)	Kichwa	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso.IR
194	Historia Local Sobre La Fiesta De La Inmaculada	Colta	Columbe	Español	No Determinado	No Determinado	No determinado
195	Historia Local Sobre Los Antiguos Carnavales	Colta	Santiago De Quito (Cab. En San Antonio De Quito)	Kichwa	Usos Sociales RyAF	Fiestas	(F. Conmemora. Religiosa)
296	Leyendas De La Laguna De Colta y Del Duende Santiago De Quito	Colta	Santiago De Quito	Kichwa	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso. apariciones Seres S
297	Diablada	Chambo	Chambo	Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	(F. Conmemora. Religiosa)
298	Albazo	Chambo	Chambo	Español	Artes Del Espectáculo	Música	N/A

N.-	Denominación	Cantón	Parroquia	Lengua	Ámbito	Subámbito	Detalle Subámbito
299	Sombreros De Paño	Chambo	Chambo	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Textilería
100	Mitoantropogónico De Los Cañaris En El Cerro Puñay	Chunchi	Chunchi	Kichwa	Tradiciones y EO	Mitos	Mitos Antropogónicos
101	Leyenda De La Campana Del Cerro Puñay	Chunchi	Chunchi	Kichwa	Tradiciones y EO	Leyendas	Otros
102	Leyenda Sobre La Toponimia De Llagos	Chunchi	Chunchi	Kichwa	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Asoc. TyA
103	Novena Al Niño Jesús- Gonzol	Chunchi	Chunchi	Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	F. Conmemora. Religiosa
104	Leyenda De La Cruz De Piedra- Gonzol	Chunchi	Chunchi	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso.IR
105	Leyenda De Los Gagones	Chunchi	Capzol	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso. apariciones Seres S
106	Carrera De Pichirilos	Chunchi	Capzol	Español	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Prác. Deportivas y Recreativas
107	Colchas Taurinas	Guamote Alausí	Guamote	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Textilería
108	Elaboración De Herramientas Para El Arado	Guamote	Guamote	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Otros
109	Hualcas	Guamote	Guamote	Kichwa	Usos Sociales RyAF	Prácticas Comunitarias Tradicionales	N/A
110	Leyendas De La Laguna De Atillo	Guamote	Cebadas	Kichwa	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Asoc. TyA
111	Historia Local Sobre Las Fiestas De San Pedro	Guamote	Palmira	Kichwa	Usos Sociales RyAF	Fiestas	Otras Celebraciones Festivas
112	Ofrendas De Finados- Palmira	Guamote	Palmira	Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	(F. Conmemora. Religiosa)
113	Leyenda De La Culebra Del Pocllo De Los Elenes y De La Colina Lluy	Guano	Guano	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso. apariciones Seres S
114	Historia Local De La Momia De Guano- De La Curtiembre Al-Ce, Guano, Del Milagro Del Cristo De La Buena Muerte	Guano	Guano	Español	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Cuentos
115	Proceso De La Curtiembre Del Cuero- Guano	Guano	Guano	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Talabartería
116	Usos Productivos Del Guarango	Guano	Guano	Español	Conocimientos y URNU	Técnicas Y Saberes Productivas Tradicionales	N/A
117	Copla Del Sombrero	Guano	Guanando	Español	Tradiciones Y Expresiones Orales	Expresiones Orales	Coplas
118	Leyendas Sobre La Toponimia De Guanando	Guano	Guanando	Español	Tradiciones Y Expresiones Orales	Leyendas	Leyenda Asoc. TyA

N.-	Denominación	Cantón	Parroquia	Lengua	Ámbito	Subámbito	Detalle Subámbito
119	Textilería De Ponchos Y Cobijas De Lana De Borrego	Guano	Guanando	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Textilería
120	Tinturado De Lana De Borrego- Guanando	Guano	Guanando	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Otros
121	Siembra Del Maíz- La Providencia	Guano	La Providencia	Español	Conocimientos y URNU	Técnicas Y Saberes Productivas Tradicionales	N/A
122	Textilería De Ponchos Y Chalinas De Lana De BorregoChimbo	Guano	La Providencia	Kichwa	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Textilería
123	Ceremonias De Navidad-	Guano	La Providencia	Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	Fiestas o Conmemoraciones Religiosas
124	El Rito Propiciatorio Del Animero	Guano	La Providencia	Español	Usos Sociales RyAF	Ritos	Ritos Propiciatorios
125	Artesanías En Piedra- San2andrés	Guano	San Andrés	Español	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Imaginería
126	Medicina Popular y tradicional Limpia De Casas	Guano	San Andrés	Kichwa	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
127	Medicina Ancestral: Limpia. Diagnóstico Con Vela, Con Huevo, Con Cuy-	Guano	San Andrés	Kichwa	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
128	Cestería En Totora y En Carrizo	Guano	S. Gerardo	Kichwa	Técnicas Artesanales Tradicionales	Oficios Tradicionales	Cestería
129	Leyenda De La Corona De Flores, y Del Alma De La Quebrada San José Del Chazo	Guano	S. José De Chazo	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Otros
130	Cuento Del Destino De Los Gatos Viejos- San José Del Chazo	Guano	S. José De Chazo	Español	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Cuentos
131	Remedio Casero Para La Curación De La Gastritis- San José Del Chazo, Chimbo	Guano	S. José De Chazo	Español	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
132	Leyenda Del Origen Del Nombre De Santa Fe De Galán, Del Origen Del Nombre De Valparaíso yDe La Cueva Del Rey Pepino- La Providencia	Guano	Santa Fe de Galán	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Asoc. TyA
133	Crianza Y Pelea De Gallos	Pallatanga	Pallatanga	Español	Artes Del Espectáculo	Juegos Tradicionales	Prácticas Deportivasy Recreativas
134	Historia Local Del Ritual Del Bautizo De Las Guaguas De Pan-	Pallatanga	Pallatanga	Español	Usos Sociales RyAF	Ritos	Ritos De Pasod
135	Responsos En El Día De Finados-	Pallatanga	Pallatanga	Español	Usos Sociales RyAF	Ritos	Ritos de Conmemoración

N.-	Denominación	Cantón	Parroquia	Lengua	Ámbito	Subámbito	Detalle Subámbito
136	Historia Local Sobre Monseñor Silvio Luis Haro	Penipe	Penipe	Español	No Determinado	No Determinado	No determinado
137	El Animero- Penipe	Penipe	Penipe	Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	(F. Conmemora. Religiosa)
138	Historia Local Del Poeta Del Pueblo	Penipe	Penipe	Español	No Determinado	No Determinado	No determinado
139	Leyenda De La Culimama, Del Gato Con Diamantes, Del Chulla Longo, De La Caja Ronca, Del Duende	Penipe	El Altar	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso. apariciones Seres S
140	Historia Local Sobre Lavestimenta De Los Antiguos Pobladores De Palitagua-	Penipe	El Altar	Español	Tradiciones y EO	Memoria Local Vinculada A Acontecimientos Históricos Reinterpretados Por Las Comunidades	N/A
141	Copla Del Río Guanando y de Enamoramiento	Penipe	El Altar	Español	Tradiciones y EO	Expresiones Orales	Coplas
142	Remedio Tradicional Para El Tratamiento De La Herpes, el Dolor De Cabeza, Nervios, Sida	Penipe	Matus	Español	Conocimientos y URNU	Medicina Tradicional	N/A
143	Técnicas Agrícolas- Matus	Penipe	Matus	Español	Conocimientos y URNU	Técnicas Y Saberes Productivas Tradicionales	N/A
144	Proceso De Producción De Manzanas- Matus	Penipe	Matus	Español	Conocimientos y URNU	Técnicas Y Saberes Productivas Tradicionales	N/A
145	Agricultura Sustentable De Maíz Y Fréjol	Penipe	Matus	Español	Conocimientos y URNU	Técnicas Y Saberes Productivas Tradicionales	N/A
146	Leyenda De La Loca Viuda, Del Duende, Del Chuza Longo, Del Significado y Del Sacha Runa	Penipe	Matus	Español	Tradiciones y EO	Leyendas	Leyenda Aso. apariciones Seres S
147	Rito Propiciatorio Del Animero	Penipe	Matus	Español	Usos Sociales RyAF	Ritos	Ritos Propiciatorios
148	Año Viejo	Penipe	Bayushig	Español	Usos Sociales RyAF	Fiestas	Fiestas Cívicas

Fuente: INPC, 2011

Anexo 6: Instrumento para análisis de la demanda

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
ESCUELA DE ING. EN ECOTURISMO
PROYECTO TURÍSTICO: PRODUCTOS PATRIMONIALES AGRICOLAS DE CHIMBPRAZO

Estimado señor/a, la presente encuesta tiene por motivo determinar la factibilidad de un producto turístico basado en la potencialidad agrícola de la provincia de Chimborazo y de acuerdo a sus preferencias y requerimientos. Por tal motivo solicitamos se sirva responder con la mayor sinceridad posible ya que su información representa esencial aporte al desarrollo del proyecto para fines turísticos de la provincia y el País.

Procedencia: …….. **Edad entre:** 18 y 30 ( )
Género: Femenino ( ) Masculino ( ) 31 y 40 ( )
Ocupación: Estudiante ( ) 41 y 50 ( )
Trabajador Privado ( ) 51 y 60 ( )
Trabajador Público ( ) Mas de 61 ( )
Comerciante ( )
Otra……

Nivel de instrucción:
Primaria ( ) Secundaria ( ) Tercer nivel ( ) Cuarto nivel ( ) Otra……..…..

1. ¿Cuándo realiza viajes de turismo porqué razones la hace?
Descanso y Relax ( ) Aventura y excursiones ( ) Visita a familiares/ amigos ( )
Trabajo ( ) Estudios ( ) Otro:…….

2. ¿Con quién prefiere viajar?
Con amigos ( ) En familia ( ) En pareja ( ) Solo/a ( )

3. En sus viajes por turismo ¿Cuántas personas suelen viajar?
1 ( ) 2 a 4 ( ) 5 a 7 ( ) 8 a 10 ( ) Más de 11 ( )

4. ¿Ha escuchado de los productos patrimoniales agrícolas de Chimborazo?
Si ( ) No ( )

5. ¿Cuáles de los siguientes productos conoce?

Amaranto		Fréjol		Oca	
Arveja		Haba		Papa	
Cebada		Lenteja		Quinua	
Cebolla Blanca		Maíz		Trigo	
Cebolla colorada		Mashua		Zanahoria Blanca	
Chocho		Melloco		Zapallo	

6. ¿Estaría interesado/a en una oferta turística basada en productos patrimoniales agrícolas?
Si ( ) No ( )

7. Señale qué actividades considera interesantes para conocer más de los productos patrimoniales agrícolas:
- Degustar platos típicos -------
- Conocer su valor histórico cultural. -------
- Conocer sobre sus propiedades curativas, nutritivas y rituales. -------
- Aprender las prácticas de cultivo. -------
- Realizar manjares, postres y otros alimentos a partir de ellos -------
- Otros:……

8. ¿Además de conocer sobre los productos patrimoniales agrícolas que otras actividades le gustaría realizar?
Viaje en tren ( ) Montañismo ( ) Convivencia comunitaria ( )
Observación de flora y fauna ( ) Visitas a centros culturales ( ) Caminatas ( )
Observación de aves ( ) Ciclismo ( ) Campamento ( )
Recorridos religiosos ( ) Visita a atractivos naturales, lagunas, cascadas, aguas termales, etc. ( )
Otras: …….

10. ¿De cuántos días dispondría usted para realizar actividades turísticas que incluya productos patrimoniales agrícolas en la provincia de Chimborazo?
1 a 2 ( ) 3 a 4 ( ) 5 a 6 ( ) más de 7 ( )

11. ¿Qué servicios requeriría incluir en su viaje?
Alimentación ( ) Hospedaje ( ) Guianza ( )
Transporte ( ) Venta de Souvenirs ( ) Excursiones ( )
Recreación nocturna ( ) Otros……..

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por persona por día en un producto turístico en la provincia?
Entre $20 y $40 ( ) Entre $50 y $70 ( ) Entre $80 y $100 ( ) Más de $100 ( )

13. ¿Al momento de decidir un viaje por turismo a través de qué medio usted se informa?
Amigos ( ) Familiares ( ) Medios televisivos ( ) Agencias de Viajes ( )
Internet ( ) Guías de turismo ( ) Prensa escrita/ Revistas ( ) Otros…….....

Anexo 7: Estatuto legal de la Asociación de Turismo

CAPÍTULO I. IDENTIFICACIÓN JURÍDICA DE LA ASOCIACIÓN

Art. 1: Con domicilio en el Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo se constitúye una ASOCIACIÓN DE TURISMO a cargo de la COMICH, con fines de impulsar el desarrollo del turismo sostenible con base en la conservación y promoción del patrimonio agrícola provincial; con personería jurídica y sin fines de lucro.
Art. 2: La Asociación tendrá una duración indefinida, y un número de socios ilimitados y contará con estructura orgánica funcional y reglamentos internos.
Art. 4: El fin de la Asociación es impulsar, desarrollar y ejecutar proyectos de turismo sostenible.
Art. 5: La misión de la Asociación es mejorar la calidad de vida de las comunidades del cantón

CAPITULO II. OBJETIVOS, FINES ESPECÍFICOS Y FUENTES DE INGRESOS

Art. 6: Para el cumplimiento de sus fines, la Asociación deberá:
a) Enmarcar las actividades de la Asociación dentro de la filosofía del turismo sostenible.
b) Desarrollar y ejecutar proyectos de turismo sostenible.
c) Procurar el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades del cantón, a través de Iniciativas de turismo sostenible.
d) Establecer, fortalecer y mantener vínculos de mutua colaboración y beneficio con comunidades y grupos afines tanto a nivel cantonal, provincial y nacional.
e) Generar alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, tanto a nivel nacional como internacional, que apoyen técnica y económicamente a las iniciativas de la Asociación
f) Exigir y velar por el cumplimiento de las leyes, códigos, reglamentos y ordenanzas ambientales a nivel nacional y local.
g) Establecimiento de alianzas estratégicas con operadoras de turismo nacionales e internacionales, hoteles, hosterías y demás empresas turísticas.
h) Organizar y desarrollar actividades que permitan difundir el trabajo de la Asociación y su autofinanciamiento
i) Establecer y mantener relaciones de mutua colaboración con otras organizaciones cuyos objetivos coincidan con los nuestros.
Art. 7: La fuente de ingresos para la Asociación, estará constituido por: 397
a) Los valores provenientes de las cuotas de ingreso, ordinarias y extraordinarias que deben satisfacer sus socios;

b) Las contribuciones que por concepto de asignaciones, herencias, legados, donaciones o que a cualquier título ingresen a la Asociación, efectuadas por personas naturales o jurídicas, públicas o privadas nacionales o extranjeras;
c) Los ingresos provenientes de los servicios, contratos, convenios que celebre realice la Asociación.
d) Por concepto de autofinanciamiento.
Art. 8: El Patrimonio de la Asociación es variable e ilimitado y está constituido por:
a) Las aportaciones de los miembros de la Asociación;
b) Los eventuales ingresos generados por sus propias actividades;
c) Todos los bienes muebles e inmuebles adquiridos con sus propios recursos o recibidos por donación o contribución;
d) Las subvenciones, entregas, transferencias o préstamos no reembolsables o donaciones de entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras;
e) Legados y herencias que se reciba debiendo estos últimos aceptarse con beneficio de inventario;
f) Cualquier otro tipo de ingreso proveniente de planes, programas, acciones o eventos realizados por la Asociación.;
g) Las cuotas de ingresos y las multas que se impongan;
h) Las cuotas ordinarias y extraordinarias que establezca la Asamblea General;
i) Los fondos que provengan de servicios y gestiones turísticas.
Art. 9: Los fondos y los bienes de la Asociación no podrán ser empleados en beneficio particular de sus directivos, miembros ni de terceros. Tampoco en operaciones, proyectos o programas que no correspondan a los fines de la Asociación. Los miembros no adquieren derechos de ninguna naturaleza sobre los bienes de la Asociación ni pueden pretender lucro alguno ni tampoco tienen otras obligaciones de las que se señalan en estos estatutos.
Art. 10: Los ingresos de actividades económicas se destinaran a proyectos y actividades enmarcadas en los fines de la Asociación.
Art. 11: El ejercicio económico de la Asociación se contará por años fiscales.

CAPITULO III. MIEMBROS

Art. 12: La Asociación está integrada por las personas naturales que suscribieron el Acta Constitutiva, como socios fundadores.
Art. 13: Podrán formar parte de la Asociación también las personas naturales que posteriormente a la
Constitución de la misma, solicitaren por escrito su voluntad de pertenecer a ella, las mismas que serán calificadas y aprobadas por La Directiva.
Art. 14: La Asociación llevara una nómina de todos sus miembros con indicación de la fecha a partir de la cual entraron a ser miembros de la Asociación.
Art. 15: Para ser socio se requiere:

a) Tener un mínimo de dieciocho años de edad.
b) Ser ecuatoriano o extranjero y estar en pleno uso de sus derechos civiles 398
c) No pertenecer a otra organización de similares fines o naturaleza, ni haber sido expulsado de alguna otra organización.
d) Pagar una cuota de ingreso, acorde a lo que fijare la Asamblea General.
Art. 16: Son derechos de los miembros:
a) Elegir y ser elegidos para el desempeño de cualquier cargo o comisión.
b) Tener voy y voto en las Asambleas.
c) Solicitar en cualquier momento informes a los organismos directivos de la Asociación.
Art. 17: Son obligaciones de los socios:
a) Desempeñar con idoneidad los cargos para los cuales sean elegidos.
b) Cumplir con las comisiones que le asigne la Directiva o la Asamblea General.
c) Asistir a las reuniones de las Asambleas.
d) Colaborar en todo cuanto sea posible a la consecución de los fines de la Asociación;
e) Cumplir fielmente las disposiciones de estos estatutos y las resoluciones de las Asambleas;
f) Guardar el respeto y la consideración que se merecen los dirigentes de la Asociación y sus Asociados;
g) Cancelar puntualmente las cuotas que se fijaren;
h) Obtener un ejemplar de los estatutos para su conocimiento respectivo.
Art. 18: Un socio deja de ser miembros de la Asociación:
a) Por renuncia voluntaria;
b) Por expulsión de acuerdo a lo estipulado en el Reglamento Interno;
c) Por fallecimiento.

CAPITULO IV. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Art. 19: La Asociación tendrá la siguiente estructura administrativa:
a) Asamblea General
b) Directiva
c) Comisiones Especiales399
Art. 20: La Asamblea General:
a) La Asamblea General es el máximo organismo de la Asociación y está integrada por todos los miembros en ejercicio de sus derechos;
b) La Asamblea se reunirá cinco veces al año, en los meses de Enero, Abril, Julio y Octubre y Diciembre y extraordinariamente cuando fuesen convocados por el presidente o por lo menos el 60% de los socios activos;
c) La Directiva al menos una vez al mes o cuando fuese necesario.
d) La convocatoria para Asambleas Generales ordinarias se hará por lo menos con 48 horas de anticipación utilizando cualquier medio de comunicación disponible, mediante notificación o aviso personal y escrito, para las extraordinarias podrá ser verbalmente o por escrito;

e) El quórum de las Asambleas Generales será cuando concurra a ella el 50% con números más uno. De no cumplir el quórum reglamentario, la Asamblea se instalará 30 minutos después de lo señalado, con el número de socios que estuvieren presentes y lo que se resuelva será obligatorio para todos los socios;
f) La Convocatoria para la Asamblea General extraordinaria la deberá hacer el Presidente, utilizando cualquier medio de comunicación disponible para conocimiento de los asociados por lo menos con cuarenta y ocho horas de anticipación. La Asamblea Extraordinaria podrá conocer y resolver únicamente los puntos de la convocatoria;
g) Las Asambleas Generales y/o extraordinarias estarán presididas por el Presidente o Vicepresidente en caso de ausencia del primero.
Art. 21: Son atribuciones y deberes de la Asamblea General:
a) Elegir de su seno a los miembros de la Directiva;
b) Designar y posesionar en sus cargos a los miembros de la Directiva;
c) Resolver la solicitud de aceptación, renuncia, sanción o exclusión de socios;
d) Conocer y resolver sobre renuncias o separación del Presidente o cualquier miembro de la Directiva;
e) Examinar las actuaciones de los directivos de la Asociación;
f) Resolver la fusión con otras Asociaciones y/o su disolución;
g) Expulsar o rehabilitar a los miembros de la Asociación de acuerdo a los Estatutos y Reglamentos Internos. No podrán ser rehabilitados quienes hayan desfalcado los fondos de la Asociación;
h) Aprobar en dos sesiones reformas al Estatuto de la Asociación, modificarlos y someter luego a la aprobación de la entidad correspondiente;
i) Velar por la correcta administración de sus bienes y valores cuya cuantía procurara incrementar;
j) Fijar cuotas ordinarias, extraordinarias y multas que deberán cancelar los socios;
k) Ejercer todas las atribuciones que los Estatutos y Reglamentos confiere a la Asamblea General;
l) Aprobar o reformar el presupuesto para el cumplimiento de los fines y objetivos de la Asociación;
m) Tanto la Asamblea General como la Directiva estarán presididos por el Presidente de la Asociación;
n) Conocer y aprobar los informes anuales que presente la Directiva;
o) Conocer y aprobar el Plan de Trabajo de la Directiva;
p) Resolver los conflictos que suscitaren y que estén previstos en los Estatutos y Reglamentos Internos;
q) Facultar al Presidente y Tesorero la celebración de contratos relacionados a la adquisición de bienes y servicios para la Asociación;
Art. 22: La Directiva es el organismo ejecutivo y regirá administrativamente la representación general de la Asociación y estará integrada por:
a) Un presidente, quien es a su vez Presidente de la Asamblea General y de la Asociación.
b) Un vicepresidente

c) Un tesorero
d) Un secretario
e) Cuatro vocales (2 principales y dos suplentes)
Art. 23: La Directiva se reunirá previa convocatoria escrita hecha por el Presidente y realizada por lo menos con cuarenta y ocho horas de anticipación, sesionará ordinariamente por lo menos una vez al mes y de modo extraordinario cuando lo solicite la totalidad de los miembros que la integran.
Las vacantes que se produzca en la Directiva se cubrirán con los vocales en función y la Asamblea elegirá a los nuevos vocales.
Las convocatorias tendrán siempre insertas el orden del día. Las sesiones de la Directiva se instalarán hasta 15 minutos después de fijada la hora en la convocatoria luego de la constatación del quórum que se establecerá con la mitad más uno de los asistentes, pero siempre con la presencia del Presidente.
Art. 24: Son deberes y atribuciones de la Directiva:
a) Formular y analizar los proyectos de reformas a los Estatutos y Reglamentos conforme a las necesidades;
b) Elaborar el Reglamento Interno de la Asociación;
c) Presentar un mes posterior a su posesión un plan de trabajo y proforma presupuestaria a consideración de la Asamblea General;
d) Elaborar el Reglamento Interno de la Asociación;
e) Cumplir y hacer cumplir los Estatutos, Reglamento Interno y Resoluciones de la Asamblea General;
f) Conocer y resolver todos los asuntos relativos a la organización y funcionamiento de la Asociación en aspectos de capacitación, administrativos y económicos previstos en los Estatutos y Reglamentos;
g) Presentar un informe previo para que la Asamblea General resuelva sobre el ingreso de nuevos socios;
h) Supervisar la ejecución del plan general de actividades y del presupuesto;
i) Elegir la entidad financiera para los depósitos de los fondos de la Asociación.
j) Nombrar comisiones cuando el caso amerite.

CAPITULO V. RÉGIMEN DISCIPLINARIO

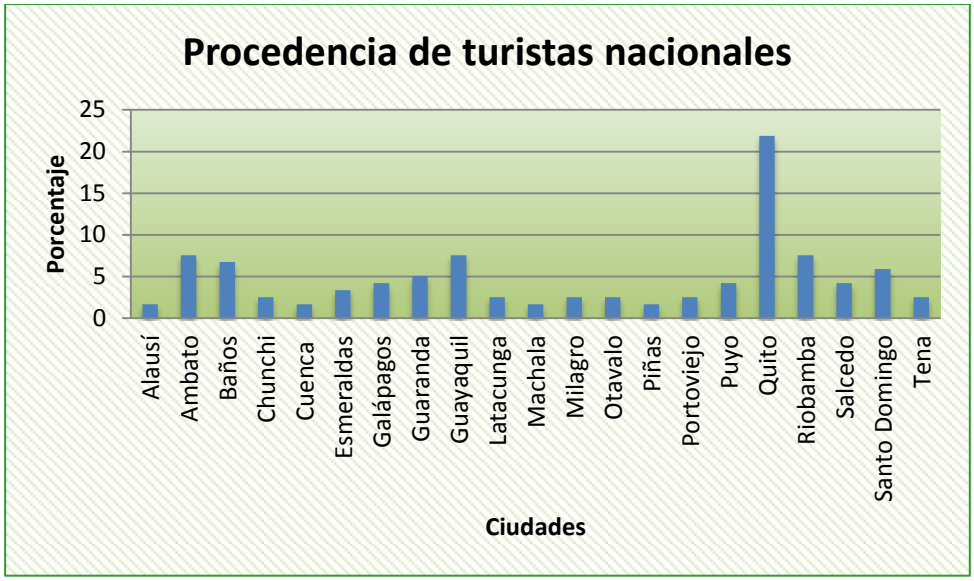
Art. 25: La Asociación establece las siguientes sanciones para sus socios afiliados:
a) Amonestación verbal o escrita
b) Multas
c) Suspensión temporal de sus derechos que les confiere la Asociación.
d) Expulsión definitiva de la Asociación.
Art. 26: Son causa de amonestación verbal o escrita:
a) La negación sin motivo a desempeñar los cargos o comisiones que se le confiera;
b) Por no cumplir estrictamente las disposiciones de los Estatutos y Reglamento Interno.

Art. 35: Son acreedores a multas:
a) Los socios que sin causa justificada no asistieren a las sesiones ordinarias y extraordinarias previstas en los estatutos al menos tres veces en un año;
b) Los que no cumplieren con los pagos de cuotas ordinarias y extraordinarias en el plazo de 60 días;
c) Los socios que no se presentaren a votación para el cambio de la Directiva;
d) Los socios que se presentaren en estado de embriaguez;
e) En el caso de que un socio se negare a ocupar un cargo directivo sin justificación está sujeto a una sanción temporal de sus derechos.
Art. 27: El valor de las multas se establecerán en el Reglamento Interno que se dictare.
Art. 28: Quedarán suspendidos temporalmente de sus derechos los socios que reincidan en tres ocasiones en las faltas anteriormente enumeradas quedando a criterio y juicio de la Directiva. El tiempo de suspensión lo determinará la Directiva.
Art. 29: Serán sancionados con expulsión:
a) Los socios que fueren comprobados como autores de hechos dolosos que vayan en mengua del prestigio de la Asociación;
b) Los que malversen o desfalcaren los fondos de la Asociación sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal;
c) Los socios que en general cometan actos o faltas que afecten al buen nombre, marcha o estabilidad de la Asociación.
Art. 30: Para sancionar a un socio, se deberá seguir el debido proceso y otorgarle el correspondiente derecho a la defensa o réplica.
El socio expulsado en el caso de que se sienta perjudicado con la resolución de la expulsión podrá apelar a la Asamblea general.
Art. 31: El socio expulsado pierde todo derecho y no podrá exigir reembolso alguno de las cuotas y dineros de la Asociación.
Art. 32: Para la investigación de la infracción cometida por un socio, esta será indagada prolijamente y se procederá a nombrar para este fin una comisión especial, conformada por tres miembros, dos representantes designados por la Asamblea General y un representante designado por la Directiva; quienes realizaran la investigación y presentaran el informe por escrito, el que deberá contener la sugerencia de si es procedente o no la imposición de una sanción que se encuentre debidamente estipulado en los presentes estatutos; para su consideración en la Asamblea
General
El informe de la Comisión Especial deberá ser presentado en un tiempo perentorio de 10 días hábiles contados desde su designación. Con el informe que emita la Comisión Especial, la
Asamblea General en sesión ordinaria o extraordinaria, resolverá si es procedente o no la imposición de una sanción, de acuerdo a lo determinado en el presente estatuto.

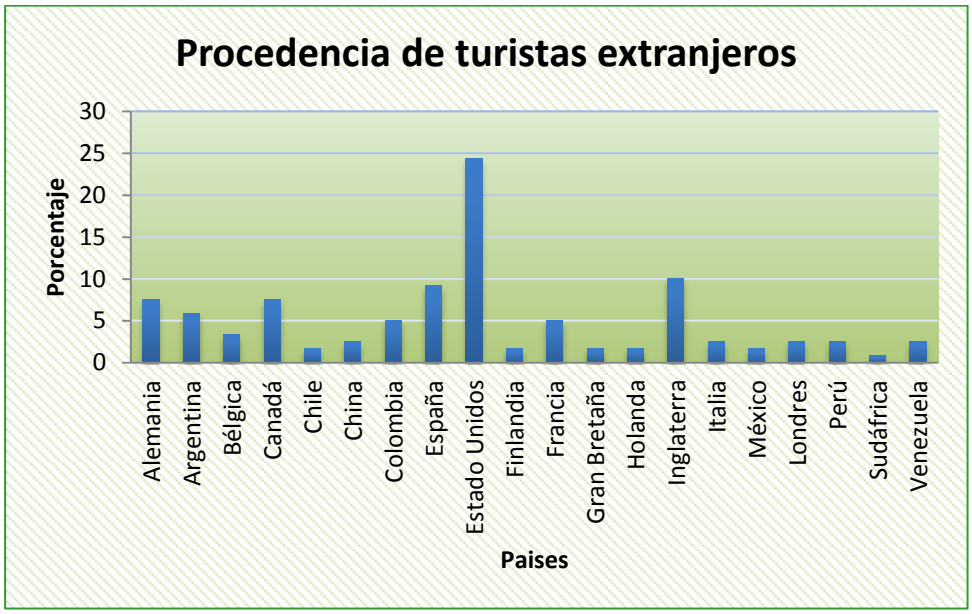
CAPITULO VI. DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA ASOCIACIÓN

Art. 33: La Asociación tendrá un plazo de duración indefinido, sin embargo a más de las causas establecidas en la Ley, podrá disolverse por:
a) Resolución de la Asamblea General de Socios debiendo aprobarse dicha disolución ante las autoridades que hubieren legitimado su establecimiento;
b) Por disposición y causas legales.
Art. 34: La resolución de disolver la Asociación deberá ser adoptado por la Asamblea General, con la aprobación de por lo menos el 80% de sus miembros.
Art. 35: La solución de los conflictos que se presentaren al interior de la Asociación y de ésta con otras será resuelta por los organismos propios de la Asociación, procurando realizarlo mediante el diálogo y la buena fe de las partes, con sujeción a las disposiciones del presente Estatuto. En caso de no lograr la solución de los conflictos, se someterán ante la autoridad competente.

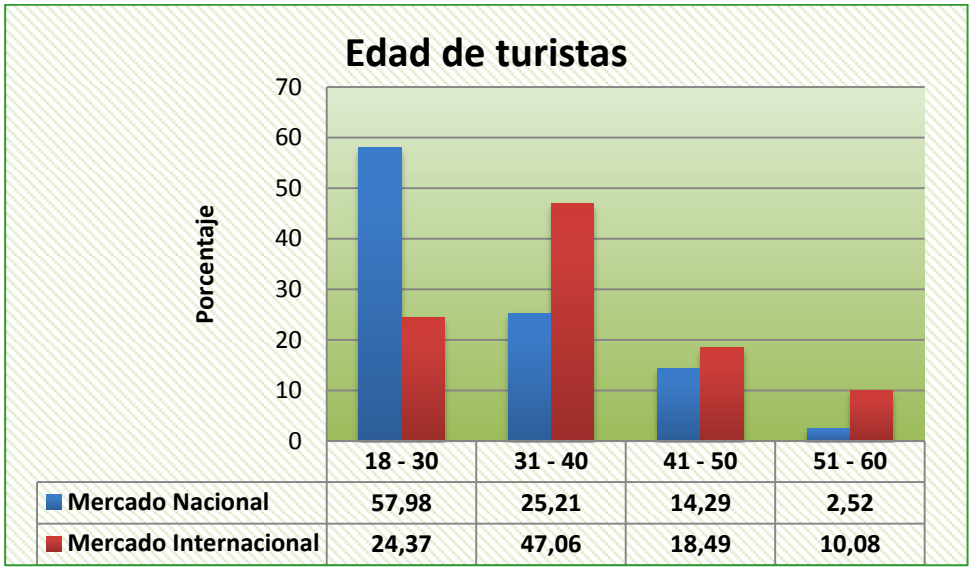
Anexo 8: Estudio de mercado



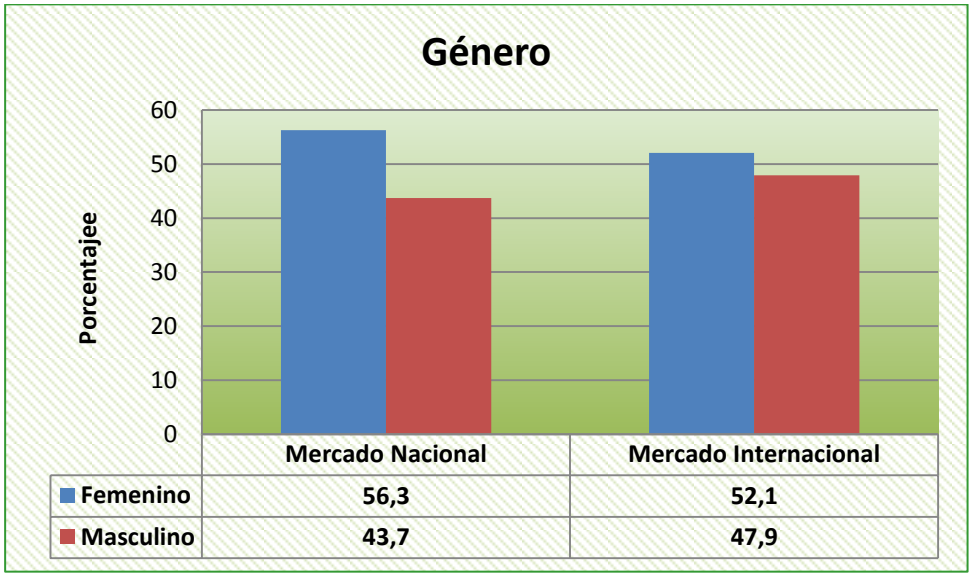
Fuente: Cuadro No. 14



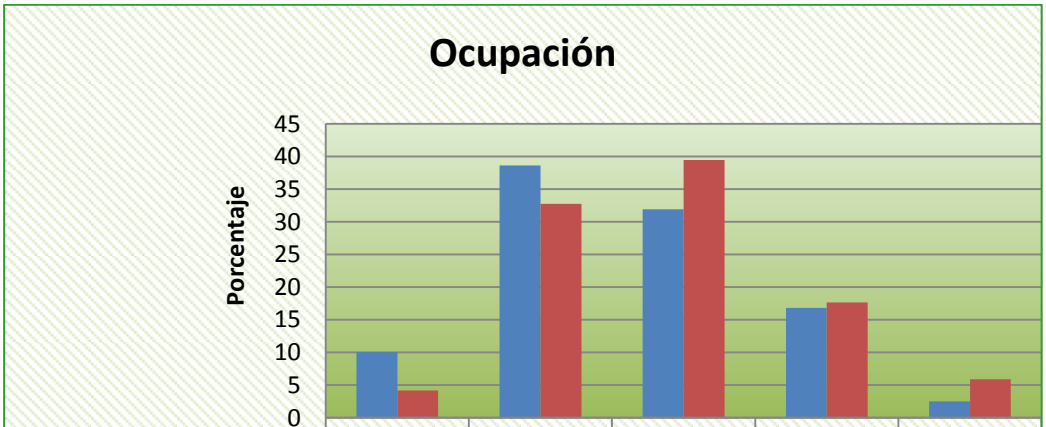
Fuente: Cuadro No. 15



Fuente: Cuadro No. 16

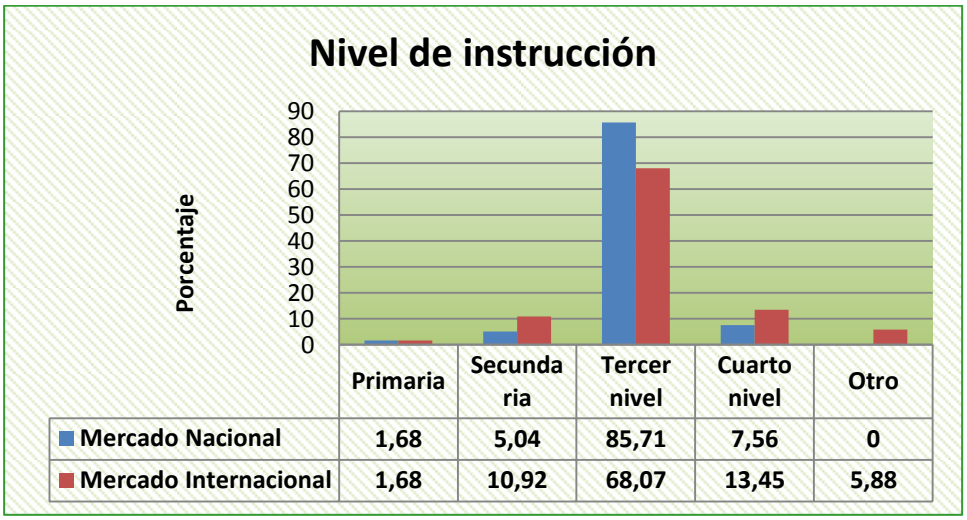


Fuente: Cuadro No. 17



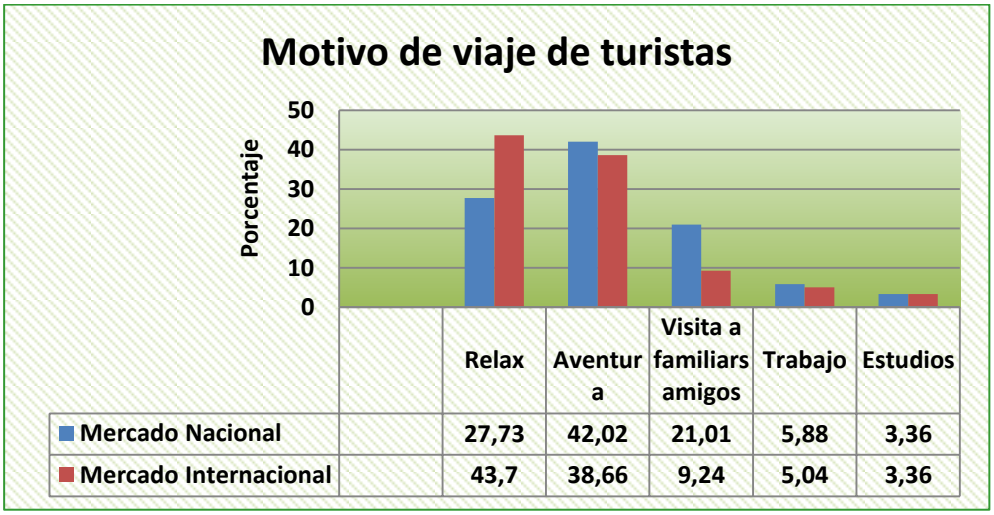
	Estudiante	Trab. privado	Trab. público	Comrciant	Otro
Mercado Nacional	10,08	38,66	31,93	16,81	2,52
Mercado Internacional	4,2	32,77	39,5	17,65	5,88

Fuente: Cuadro No. 18



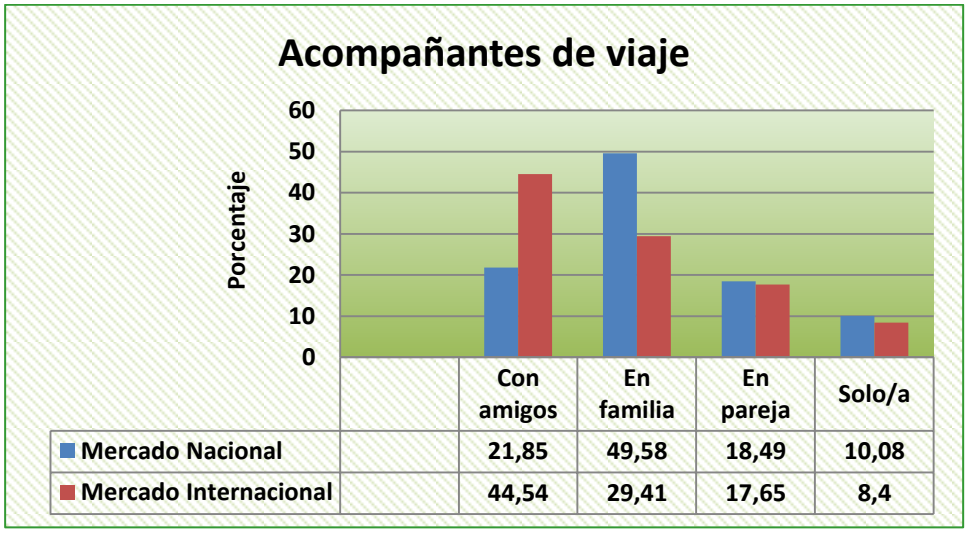
	Primaria	Secundaria	Tercer nivel	Cuarto nivel	Otro
Mercado Nacional	1,68	5,04	85,71	7,56	0
Mercado Internacional	1,68	10,92	68,07	13,45	5,88

Fuente: Cuadro No. 19



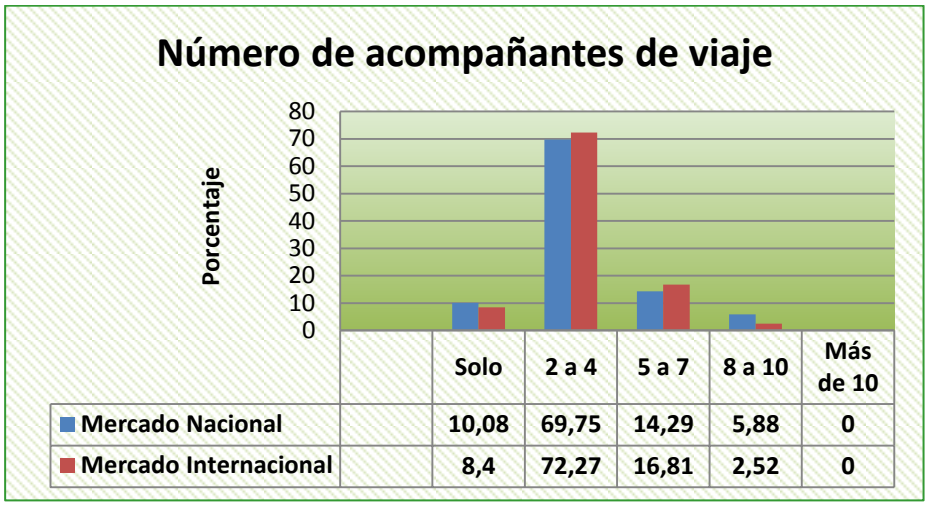
		Relax	Aventura	Visita a familiars amigos	Trabajo	Estudios
Mercado Nacional		27,73	42,02	21,01	5,88	3,36
Mercado Internacional		43,7	38,66	9,24	5,04	3,36

Fuente: Cuadro No. 20



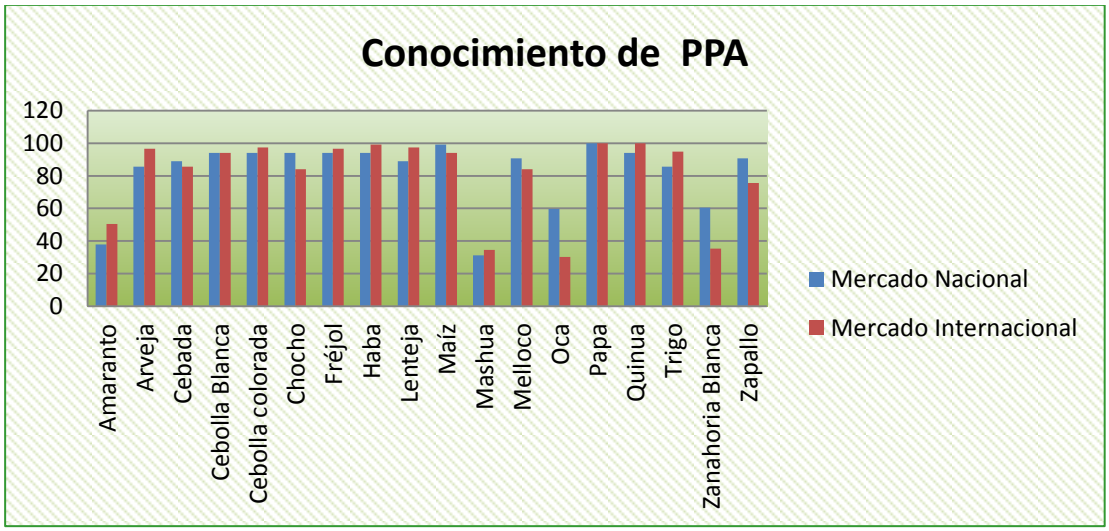
	Con amigos	En familia	En pareja	Solo/a
Mercado Nacional	21,85	49,58	18,49	10,08
Mercado Internacional	44,54	29,41	17,65	8,4

Fuente: Cuadro No. 21

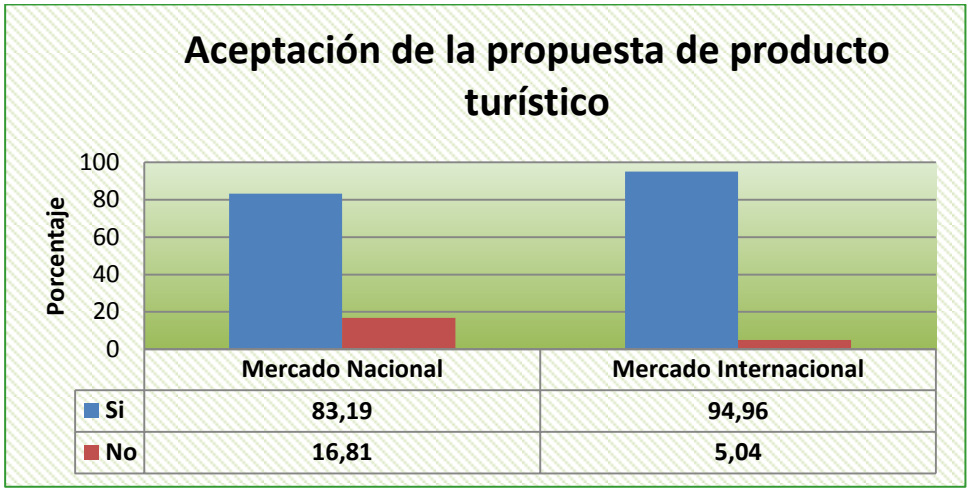


	Solo	2 a 4	5 a 7	8 a 10	Más de 10
Mercado Nacional	10,08	69,75	14,29	5,88	0
Mercado Internacional	8,4	72,27	16,81	2,52	0

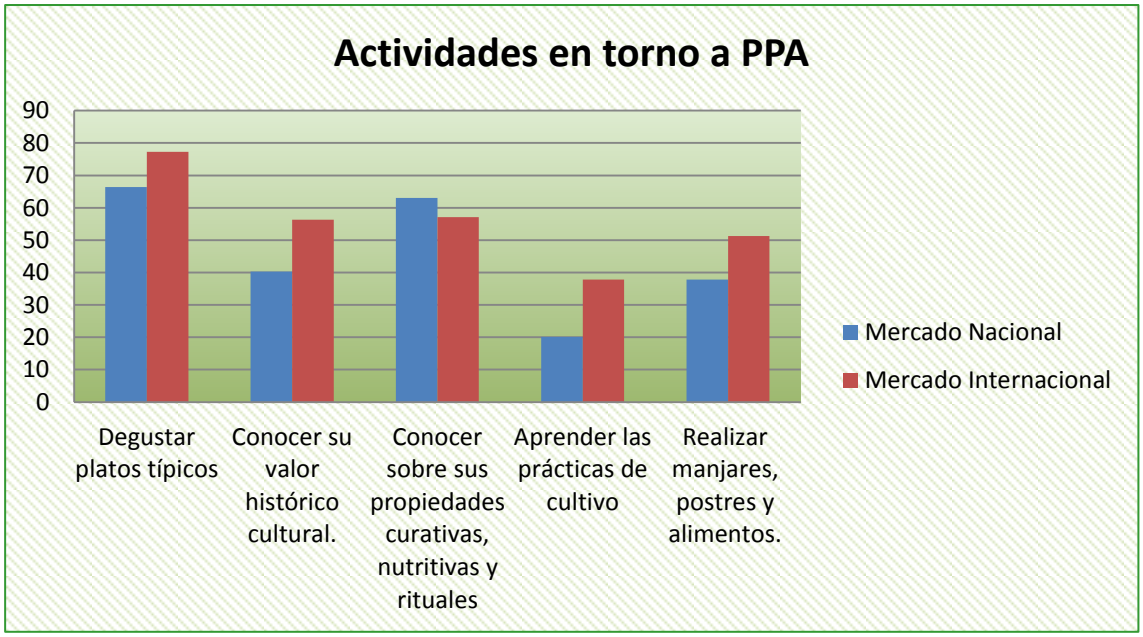
Fuente: Cuadro No. 22



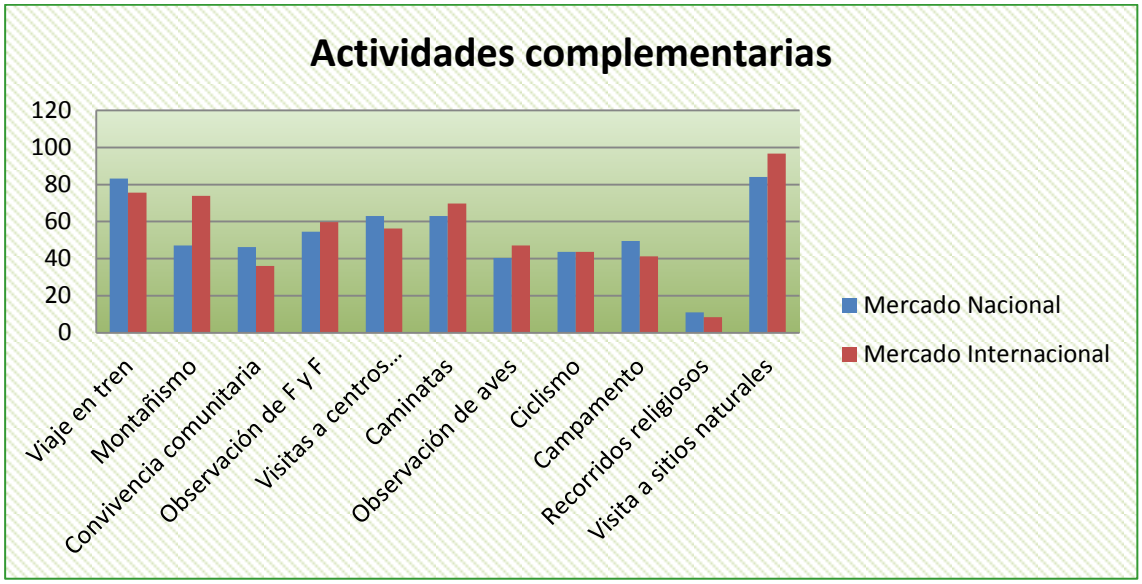
Fuente: Cuadro No. 23



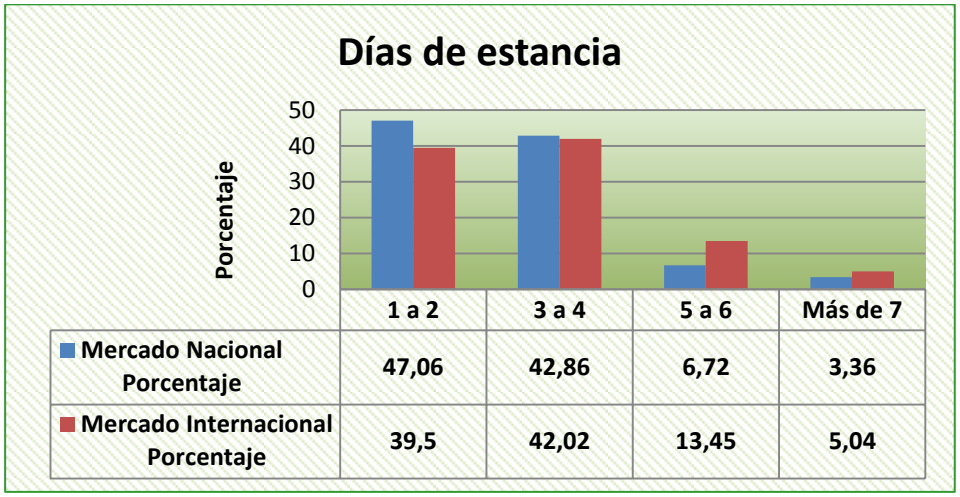
Fuente: Cuadro No. 24



Fuente: Cuadro No. 25

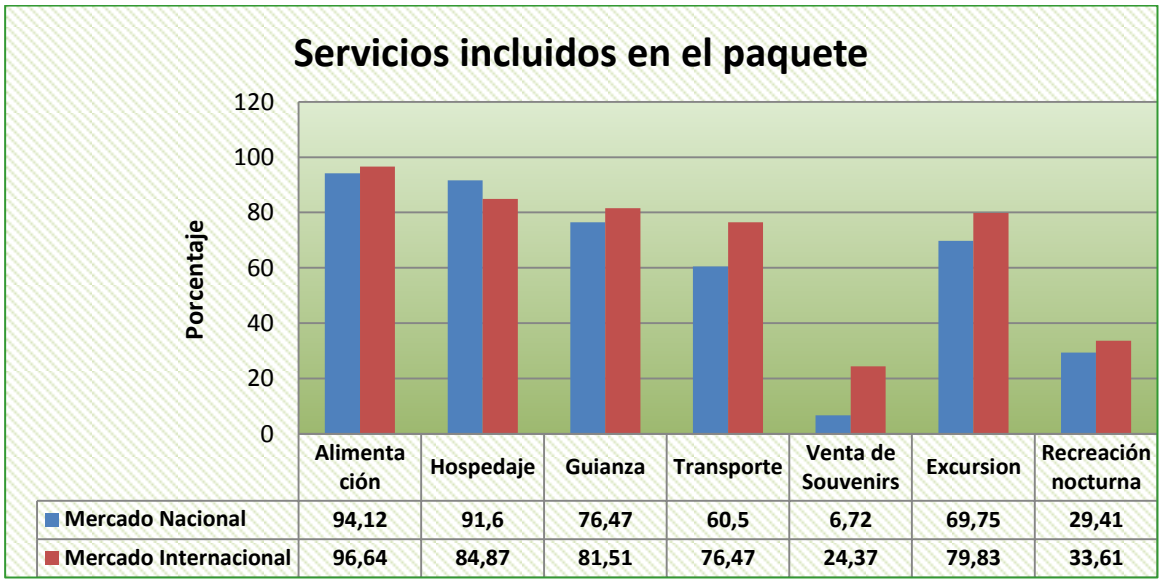


Fuente: Cuadro No. 26



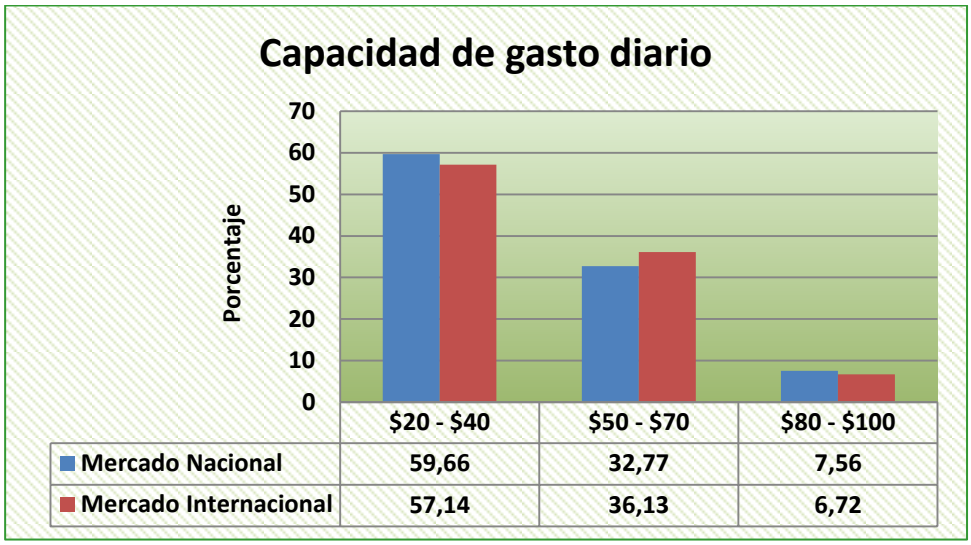
	1 a 2	3 a 4	5 a 6	Más de 7
Mercado Nacional Porcentaje	47,06	42,86	6,72	3,36
Mercado Internacional Porcentaje	39,5	42,02	13,45	5,04

Fuente: Cuadro No. 27

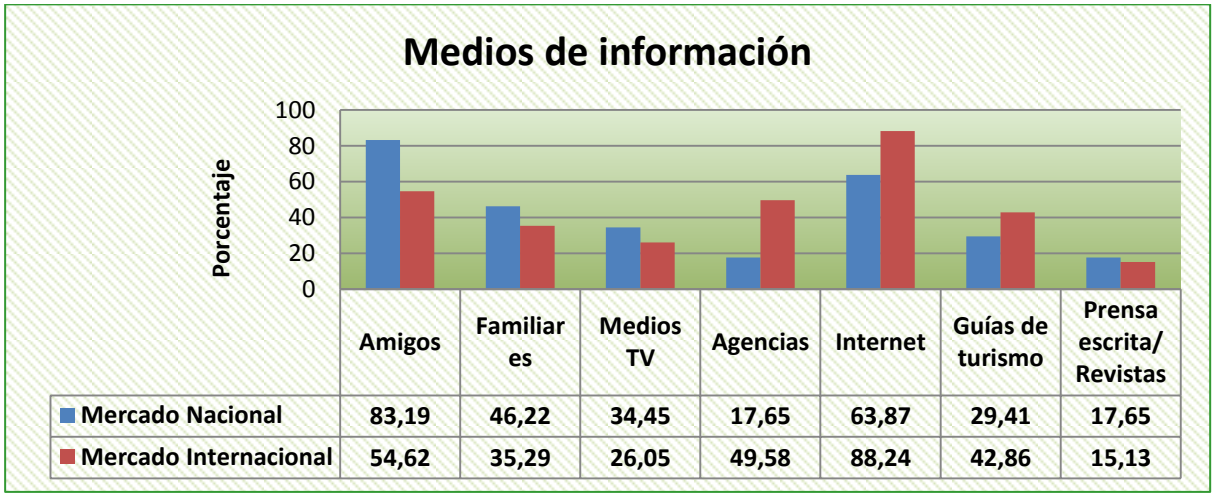


	Alimentación	Hospedaje	Guianza	Transporte	Venta de Souvenirs	Excursion	Recreación nocturna
Mercado Nacional	94,12	91,6	76,47	60,5	6,72	69,75	29,41
Mercado Internacional	96,64	84,87	81,51	76,47	24,37	79,83	33,61

Fuente: Cuadro No. 28



Fuente: Cuadro No. 29



Fuente: Cuadro No. 30